جـامعة اليرموك
كليــة الإعــلام
قســم الصحافة

الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها

" وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أنموذجا "

Job satisfaction at the Jordanian media corporations and its role in the professional performance of their employees (Jordan news agency: Petra as a model)

إعـــداد

محمد بديع الضامن

إشـــراف

الدكتــور علاء الدين أحمد خليفة

الفصل الدراسي الأول

2015\2014

قرار لجنة المناقشة

الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها "وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أنموذجا"

إعداد

محمد بديع الضامن

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة في جامعة اليرموك إربد، الأردن.

وافق عليها

د علاء الدين أحمد خليفة.............مشرفاً ورئيساً

أ. د محمود شلبية.......................... عضواً

د حاتم علاونة ....عضواً

تاريخ تقديم الرسالة 15 / 9 /2014

التفويض

أنا محمد بديع احمد الضامن، أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا والكترونيا للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها

الاسم : ....

التاريخ : ....

التوقيع : ....

الإهـــــداء

إلى منارة العلم والإمام المصطفى إلى الأمي الذي علم المتعلمين إلى سيد الخلق إلى

رسولنا الكريم سيدنا محمد صل الله عليه وسلم..

إلى من كدت أنامله ليقدم لي لحظة سعادة إلى من حصد الأشواك من دربي

ليمهد لي طريق العلم إلى القلب الكبير...

والدي العزيز

إلى من سقاني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض...

والدتي الحبيبة

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي...

إخواني وأخواتي الغاليين

إلى توأم روحي ورفيقة دربي ...

خطيبتي العزيزة

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع

إلى من تكاتفنا يد بيد ونحن نقطف زهرة العلم

أصدقائي الأعزاء

الشكر والامتنان

يسعدني وقد فرغت بعون الله ورعايته ، من إعداد هذه الدراسة، أن أتوجه إلى المولى وعز وجل بالحمد والشكر، الذي هداني وأنار الطريق أمامي بالعزم لإتمام هذه الدراسة العلمية المتواضعة.... من الأساتذة الأجلاء وأرشدوني إلى الطريق الصواب فأتقدم بجزيل الشكر إلى من تقدم لي بيد العون ومساعدة إلى أسرة كلية الإعلام جامعة اليرموك.....

وأتقدم بالشكر إلى كل من ساهم معي في إتمام هذا العمل اللهم أجزهم عني خير جزاء استفتح كتابي باسم ربي الذي خلقني والذي أنعمني بأعمالي إلى ينبوع الصبر والتفاؤل إلى من حصد الأشواك من دربي ليمهد لي طريق العلم.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

الملخص

الضامن، محمد بديع " الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها "وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أنموذجا" رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، (2014م) المشرف: د. علاء الدين أحمد خليفة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف الى مستوى الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها "وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أنموذجا"، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (152) إعلامي من العاملين في وكالة الانباء الاردنية (بترا) تم اختيارهم بطريقة المسح الشامل لمجتمع الدراسة، وقد تم تفريغ الاستبانات وتحليلها باستخدام برامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية: وجود درجة متوسطة لرضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها، ودرجة رضا مرتفعة عن الوظيفة للصحفيين، ودرجة رضا متوسطة عن الأجر للصحفيين، ودرجة رضا مرتفعة عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين، ودرجة رضا متوسطة عن ظروف بيئة العمل، ودرجة رضا مرتفعة عن الزملاء في العمل للصحفيين، ودرجة رضا مرتفعة أيضاً عن الاستقرار(الأمان) الوظيفي، ودرجة رضا متوسطة عن مستوى الرقابة للصحفيين في بترا، ودرجة رضا مرتفعة للصحافيين عن التنمية الاجتماعية.

كما أظهرت النتائج وجود درجة مرتفعة لعلاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين، ودرجة مرتفعة للسياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين، وتبين وجود درجة من المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين وبدرجة متوسطة، وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أوصت الدراسة بمايلي: بضرورة العمل على تحسين ظروف العمل للصحافيين وشروط الوظيفة مثل بيئة العمل وتقديم الحوافز وتحسين الأجور، للحصول على درجة رضا أكبر

عن مجالات العمل. والعمل على تخفيف المعوقات التي يتعرض لها الصحافيون وخاصة فيما يتعلق بالحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، لضمان الحصول على المعلومات بطريقة متكافئة مع جميع الصحفيين. والعمل من قبل المؤسسات الصحفية على توفير وسائل النقل والمواصلات المناسبة من والى مكان العمل للتخفيف من العبء الذي يواجهونه في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: الرضا الوظيفي، المؤسسات الإعلامية الأردنية، الأداء المهني للعاملين، "وكالة الأنباء الأردنية بترا".

Abstract

Al Damen, Mohammed Badie The professional satisfaction in the Jordanian Mass Media Foundations and its Impact in Employees' Professional Performance " Jordanian press agency (Petra) as a model, master thesis, Yermouk University, (2014). Supervisor: Dr. Alaa Eddeen Ahmad Khalifa.

This study aimed to recognize the professional satisfaction levels at the Jordanian mass media foundations and its impact in the employees' professional performance "Jordanian press agency" (Petra) as a model. The questioner was used as a study tool, by using the analytic descriptive approach. The study sample consists of (152) employees who are working in the Jordanian media foundations, who were selected by comprehensive survey. The statistical analyses program (SPPS) was used to analyze the data.

The results showed that there is a medium level of professional satisfaction of journalists working in (Petra) to obtain information from sources. and a high level of career satisfaction. a medium level of satisfaction about journalists' wages. a high level of satisfaction about the method of administration, supervision, and planning for journalists. Also the results showed that there is a medium satisfaction level about the environmental conditions of the job, and a high level of satisfaction about colleagues in the journalists. a high level of satisfaction about the professional security. a medium level of satisfaction about the level of journalists' control in Petra, and a high level of satisfaction of journalists about social development. The results also showed that there is a high level of the relationship between professional satisfaction and the level of journalists' professional satisfaction, a high level of editing policy and its

relation with journalists' professional satisfaction, and finally there are some obstacles that journalists might be faced in medium level.

On the light of these results, the study recommend to improving job conditions for journalists such as work environment , presenting incentives, and improving wages in order to have a high level of professional satisfaction in work area. Also the study recommend to ease the obstacles that journalists might face especially which is related to information and its various resources in order to get access to information to all journalists. Also press foundation should provide the suitable transportation means from and to the work location in order to reduce the burden they may face in their job.

Key words: professional satisfaction, Jordanian media Foundation, Employees' professional performance.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

تزداد أهمية الاتصال في الحياة المعاصرة بشكل أكبر مما كانت عليه في السابق، حيث أصبحت المؤسسات الإعلامية هي المسؤولة عن توفر الأنشطة الاتصالية فيما يشاهده ويسمعه ويقرأه الأفراد بوجه عام، وباتت أنشطة وسائل الإعلام هي احد أهم الصناعات الكبرى لإنتاج المعلومات وتسويقها، وتحتاج هذه الوسائل لإنجاز المهام المنوطة بها إلى؛ مهارات بشرية، وكفاءات إدارية وتكنولوجية تقنية ومواد خام أولية ,بالإضافة إلى عنصر الإبداع البشري. وتحتاج هذه العناصر إلى إدارة ناجحة تستطيع توظيفها بكفاءة واقتدار، خاصةً في ظل الحالة التنافسية التي تشهدها وسائل الإعلام المختلفة اليوم فيما بينها(ابو اصبع، 1997 ، 141).

فضلاً عن ظروف العمل لهذه الوسائل التي تحتاج إلى سرعة فائقة في اتخاذ القرارات، نتيجة للتعامل مع الأحداث السريعة والمتلاحقة للأحداث والقضايا المختلفة من جهة، وبسبب القيود والضغوط القانونية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي تواجه المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، وتعد التحديات المحيطة في بيئة العمل الإعلامي كثيرة ومتداخلة فيما بينها، وتؤثر على مستوى الأداء المهني للعاملين في المؤسسات الإعلامية، سواءً كان ذلك مرتبط بالرسالة الإعلامية أو بالقائم بالاتصال، أو بالوسيلة المستخدمة في الاتصال، أو التحديات المتعلقة بالجمهور .وتنعكس هذه التحديات بمجملها على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في هذه المؤسسات، وبالتالي على الأداء المهني لهؤلاء العاملين بوجه عام .

وقد يصدر عن الأفراد العاملين في المؤسسات الإعلامية، خبرات وردود أفعال تؤثر على سير العمل في هذه المؤسسات، وأحداث تتضمن الكثير من مصادر القلق؛ كالعوامل الشخصية للفرد قدرات ومهارات العاملين ,(والعوامل التنظيمية للعمل) ما يتعلق بالأجر، الرضا عن الوظيفة، أسلوب الرقابة والإشراف، والرضا عن النمو والارتقاء الوظيفي، والرضا عن فريق العمل، فضلاً عن وجود عوامل بيئية لها علاقة بالمتغيرات الديموغرافية للعاملين. وتشكل هذه العوامل تأثيراً على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية(ماهر ,2002 , 244).

لذا تعد الضغوط المهنية ومصادرها وآثارها على العاملين في المؤسسات والتنظيمات المختلفة من الموضوعات التي نالت اهتمام الكثير من الدارسين والباحثين في مجال الإدارة والعلاقات العامة بوجه عام(شاويش ,2005, 112). وسيتم تناول

- مشكلة الدراسة
- اهمية الدراسة
- اهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- مفاهيم الدراسة والتعريفات الاجرائية
- المداخل النظرية للرضا الوظيفي
- الدراسات السابقة

مشكلة الدراسة

تعتمد المؤسسات الصحفية والاعلامية على العنصر البشري (العاملين) اعتماداً كبيراً، وعلى الرغم من تعدد البحوث والدراسات العلمية التي أجريت في موضوع الرضا الوظيفي إلا انه يبقى من المواضيع الجديرة بالدراسة بشكل دائم، نظراً للتطورات السريعة التي تحصل في عالمنا اليوم من جهة ولاختلاف اهتمام وحاجات وتطلعات الأفراد من جهة أخرى، حيث يسعى الفرد في عمله إلى تحقيق توقعات يحصل من خلالها على المكاسب المعنوية والمادية عن طريق استثماره لقدراته وميوله لتحقيق أماله وتطلعاته التي حددها بنفسه من خلال سلوكه والتزامه بواجباته ومهامه في بيئة العمل.

وفي هذا الإطار تتمحور مشكلة الدراسة في التعرف الى الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيه.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة في أنها تبحث في مجال الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية وعلاقة ذلك بمستوى الأداء المهني لهؤلاء العاملين ,ولمّا كان الإنتاج الإعلامي والرسائل الإعلامية هو انعكاس لحال الإدارة والعملية الإدارية في المؤسسة الإعلامية، والمنتج الإعلامي الجيد هو نتاج العلاقة الوثيقة بين الإدارة الناجحة والعاملين في المؤسسة الإعلامية، كان لابد من البحث في هذا الموضوع، وذلك للتعرف الى الدور الذي يلعبه الرضا الوظيفي في التأثير على الأداء المهني للعاملين في المؤسسات الإعلامية.

وكذلك تأتي هذه الدراسة في انها من الدراسات النادرة والقليلة التي تناولت موضوع الرضا الوظيفي وتاتي هذه الدراسة ايضا للكشف عن علاقة الإدارة والتخطيط والقيادة والعوامل المؤثرة فيها على الرضا الوظيفي وانعكاس ذلك على انتاجية العاملين في المؤسسات الإعلامية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف الى درجة الرضا الوظيفي للعاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها.
2. التعرف الى درجة رضا العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا عن وظيفتهم.
3. التعرف الى درجة رضا العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا عن مستوى الأجر .
4. التعرف الى درجة رضا العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا عن الأساليب الإدارية المتبعة.
5. التعرف الى درجة رضا العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا عن علاقة الزملاء في العمل بروح الفريق.
6. التعرف الى درجة رضا العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا وعلاقته بمستوى الأداء المهني لديهم.
7. التعرف الى درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الانباء الاردنية بترا عن قانون المطبوعات والنشر (32) لسنة 2012 في الحفاظ على القيم والنظم الاجتماعية.
8. التعرف الى درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الانباء الاردنية بترا عن وسيلتهم الاتصالية في نشر القيم الاجتماعية والرقي والحفاظ عليها .
9. التعرف الى درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الانباء الاردنية بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها الاولية والثانوية.

تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على سؤال رئيس وهو :ما درجة الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية وعلاقته في مستوى الأداء المهني للعاملين فيها ؟ (وكالة الأنباء الأردنية بترا أنموذجاً)، بالإضافة للإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما العلاقة بين الرضا الوظيفي ومستوى الأداء المهني للعاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا .
2. ما الأساليب الإدارية المتبعة في وكالة الأنباء الأردنية بترا وعلاقتها بمستوى الأداء المهني للإعلاميين العاملين.
3. ما درجة الرضا الوظيفي للإعلاميين العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا.
4. ما درجة الرضا الوظيفي للإعلاميين العاملين عن أدائهم المهني في وكالة الأنباء الأردنية بترا.
5. ما العلاقة بين البيئة الداخلية والخارجية ومستوى الأداء المهني في وكالة الأنباء الأردنية بترا .
6. ما هي العناصر والعوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي في وكالة الأنباء الأردنية بترا.
7. العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للإعلاميين العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا.
8. ما الصعوبات والمعوقات التي تواجه الإعلاميين العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا.

مفاهيم الدراسة والتعريفات الإجرائية

الرضا الوظيفي: هو عبارة عن مشاعر السعادة الناتجة عن تصور الفرد تجاه الوظيفة، إذ أن هذه المشاعر تعطي للموظفين قيمة مهمة تتمثل برغبة الفرد في العمل، وما يحيط به، وبما أن رغبات الأفراد مختلفة، أي أن الرضا هو تعبير عن مدركات الأفراد للموقف الحالي للوظيفة التي يؤديها مقارنة بالقيمة التفضيلية المهمة بالنسبة له (عباس، 2003، 175).

ويعرف الرضا الوظيفي إجرائياً: هو الشعور بالارتياح والسرور الناتج عن إشباع الحاجات ذات القيمة عند الفرد العامل في المؤسسة الإعلامية، وهذا الشعور ما هو إلا رد فعل نفسي للعامل تجاه عمله في وقت ما، وهو شعور ثابت نسبياً وقد يتغير تبعاً لتغير الظروف والعوامل المؤثرة فيه.

المؤسسات الإعلامية هي عبارة عن المؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة، التي تزود الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (المسلمي، 2006، ص 19).

الأداء المهني: هو الجهود الهادفة من قبل المنظمات والمؤسسات والشركات المختلفة لتخطيط وتنظيم وتوجيه الأداء الفردي والجماعي، ووضع المعايير والمقاييس الواضحة والمقبولة كهدف يسعى الجميع لقبولها.

يعرف الأداء المهني إجرائياً: بانه تنفيذ الموظف في المؤسسات الإعلامية لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المؤسسة أو الجهة التي ترتبط وظيفتها بها، ويعني النتائج التي يحققها الموظف في المؤسسة.

وكالة الأنباء الأردنية (بترا): هي عبارة عن وكالة للأنباء في عمان، تم تأسيسها بموجب الإرادة الملكية السامية بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الأعلام الأردنية بتاريخ 16 يوليو 1969.

المداخل النظرية للرضا الوظيفي

تعددت النظريات التي اهتمت بالرضا الوظيفي وقياسة والتي ساعدت في تقديم تفسير ورضا الأفراد وعدم رضاهم وهي بالأصل تعتبر نظريات للدوافع، كذلك لهذه النظريات تطبيقات في مجال الرضا الوظيفي، حيث أن أهمية الدافع في السلوك كانت هي المبدأ الذي استندت عليه نظرية الدوافع والرضا الوظيفي.

ومنها نظرية العاملين لفردريك هيرزبيرج والتي ترتكز على دور العمل وظروفه في حياة الأفراد، وقد توصل في تصنيف مجموعتين من العوامل سمي المجموعة الأولى (العوامل الداخلية)، وتشتمل على الرضا في حالة الشعور بالإنجاز، والتطور والنمو النفسي، وإمكانية التقدم في الوظيفة، والمسؤولية ومدى سيطرة الفرد على وظيفته، ومدى المشاركة في اتخاذ القرار، ومدى تقدير الآخرين واحترامهم، ومدى توافر فرص للترقي في العمل. أما المجموعة الثانية والتي سميت بالعوامل الوقائية (الصحية) وتشتمل سياسة المنظمة، الأمن الوظيفي، وظروف بيئة العمل، ثم المركز الوظيفي، العلاقة مع الزملاء، وهي عوامل من الممكن أن تؤدي إلى عدم الرضا (شاويش،2005، ص 54-55).

لقد حاولت النظرية تفسير كيف ينشأ الرضا والسلوك الدافعي لدى الأفراد في ضوء ثابت لمفاهيمها كنظرية، وذلك على الرغم من كثرة الانتقادات التي وجهت لها.

أما نظرية العدالة لآدمز، فتفترض في تفسيرها للرضا الوظيفي أنه إذا ما أحس الأفراد بتفاوت بين مقدار الحوافز التي يتسلمونها ومقدار الجهود التي يبذلونها؛ فإنهم يحاولون تخفيف ذلك التفاوت، وتشير المدخلات في نظرية العدالة إلى عوامل عدة مثل الجهد، المهارات، والمعرفة، وأداء المهام التي يجيء بها الفرد أو يوظفها في عمله فيما يشير العائد أو النتائج إلى تلك المكافآت التي تنتج عن إنجاز المهام كالراتب، والترقية، والتقدير، والشعور بالإنجاز، والمركز (عبد الباقي، 2000، ص 122).

أما نموذج فروم فقد فسر الرضا الوظيفي على أساس أن دافعية الفرد للقيام بسلوك معين تتحدد بإعتقاد الفرد بأن لديه القدرة على القيام بذلك السلوك، وأن القيام بذلك السلوك سيؤدي إلى نتيجة معينة، وأن هذه النتيجة ذات أهمية للفرد، وهذا يعني أن حفز الفرد يعتمد على توقعات الفرد كما يلي (العميان،2004، 293):

التوقع الأول: أن الجهد المبذول سيؤدي إلى الإنجاز المطلوب.

التوقع الثاني: أن الإنجاز المطلوب سيحقق المكافآت المرغوبة من قبل الفرد والتي بدورها تشبع حاجاته، وبالتالي تحقق له الرضا.

ويرى أدوين لوك أن المسببات الرئيسية للرضا عن العمل، تتمثل في قدرة العمل على توفير العوائد ذات القيمة والمنفعة العالية لكل فرد على حدة، وأنه كلما استطاع العمل توفير العوائد ذات القيمة للفرد؛ كان راضياً عن العمل، وأن العوائد التي يرغبها الفرد ليست تماماً هي الموجودة في نظرية الحاجات لماسلو، وإنما تعتمد على إدراك الفرد وشعور كل فرد على حدة بما يتناسب مع وظيفته ومستواه الوظيفي والاجتماعي (عبده، 2011، 133).

واعتمد بورتو ولولو نموذجاً لتفسير أداء العاملين، حيث افترض بأن الأداء والإنجاز ينتج عوائد ومكافآت داخلية وخارجية، وهذه العوائد الداخلية هي تلك العوائد الناجمة عن شعور الفرد بالفخر عندما يؤدي عمله بكفاءة وعندما يكون هذا العمل بمواصفات وأهمية ترضي رغبات الفرد وتشبع الحاجات العليا عنده، أما العوائد الخارجية، فهي تلك التي تمنحها المنظمة للفرد ولإشباع حاجاته الدنيا، وتتمثل في الأجر، والأمان، والحاجات الاجتماعية، كما تتضمن عنصراً أخر وهو إدراك الفرد لعدالة العوائد التي يتسلمها من المنظمة(Linda,2001,452) .

وفي المقابل نجد أن مدرسة العلاقات الإنسانية قد اهتمت بالنواحي الإنسانية للعامل اهتماما كبيراً، لتؤكد على أن العوامل المادية لم تكن الحافز الوحيد المحقق للرضا عن العمل، بل أن هناك عوامل متعددة أخرى كان لها أكبر الآثر في تحقيق الرضا، ومنها الجزاء المعنوي، والعلاقات مع الزملاء في العمل، والعلاقات مع الرؤساء في العمل (سالم، 2008، 19).

الدراسات السابقة

أولاً :الدراسات العربية

1. **دراسة عبد الرزاق محمد الدليمي" :2010 ,بعنوان القيادة الإدارية في المؤسسات الإعلامية "**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف الى المسار الحالي للمؤسسات الإعلامية وعملية إدارتها وأنماطها القيادية من خلال معرفة أسلوب القيادة الصحفية والمشكلات التي تواجهها ومعرفة حدود تحقيق أساليب أنماط القيادة. والتعرف الى تأثير وعلاقات حدود العملية الإدارية على أداء العمل في المؤسسة الإعلامية .ووضع بعض المعالجات لمعوقات العمل في المؤسسة الإعلامية وانعكاسها على أداء العاملين وهي من الدراسات المسحية الوصفية باستخدام أداة الاستبيان ,وخلصت هذه الدراسة بان الإدارة الإعلامية هي تلك الإدارة التي تتولى شؤون

العمل الإعلامي وتحديد آليات وسياقات عملة عبر سلوك تعاوني موجة نحو ترشيد وتوجيه الطاقات والإمكانات المتاحة لتحقيق هدف الوسيلة الإعلامية ومراعاة مصالح العاملين فيها والمتعاملين معها.وان العمل المتخصص يجب أن يتصف بالتنسيق مما يخلق ضرورة لأداء العمل الإداري .وضرورة توفر ظروف العمل التي تساعد على إيجاد علاقات إنسانية جيدة بين القائد وبين أفراد جماعته.

2. **دراسة بطرس الحلاق (1999) دراسة بعنوان :العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية، دراسة تحليلية مقارنة،** وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها :أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة بين العوامل المرتبطة بطبيعة العمل داخل المؤسسة الإعلامية ومستوى الرضا الوظيفي، وأن القائمين بالاتصال في القناة الثالثة هم في مقدمة الذين عبروا عن شعورهم بتميز عملهم التلفزيوني مقارنة بزملائهم في إذاعة صوت العرب، وصحيفة الأخبار، كما أكدت على أن حالة عدم الرضا عن الترقية هي الاتجاه الغالب لدى القائمين بالاتصال.

3. **دراسة عبد الرحمن المطيري (2002) بعنوان" :الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية "**هدفت هذه الدراسة إلى التعرف الى رضا الصحفيين السعوديين عن محيط العمل ,ومحيط المهنة، ومحيط المردود من المهنة الصحفية، ونظرة الصحفي تجاه الجمهور المتلقي للرسالة .وخلصت هذه الدراسة إلى أن نسبة 51% من عينة الدراسة أكدوا رضاهم عن العلاقة ببيئة العمل الصحفية، وعبر 69% منهم عن رضاهم عن الزمالة في محيط العمل الصحفي، في حين ذكر 64% منهم أنهم راضون عن العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين، بينما أفاد 63% من عينة الدراسة أنهم راضون عن المردود من المهنة الصحيفة، و كان الرضا متوسطا عن محيط المهنة، وكشفت الدراسة عن بعض أسباب عدم الرضا عن

العمل الصحفي ، حيث يرى 14% منهم أن الإجراءات الإدارية والتقنية والتحريرية من أسباب عدم الرضا عن العمل الصحفي، في حين أن 38% يرون ضعف المردود من المهنة خاصة المردود المادي، ويرى 29% أن من أسباب عدم الرضا عن العمل الصحفي العلاقات الشخصية والمجاملة.

4. **دراسة عبد العزيز المقوشي (2002) دراسة بعنوان" :العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية** "هدفت الدراسة إلى معرفة أبرز المحاور المحددة للرضا الوظيفي عند الصحفيين السعوديين، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين والصحفيات على مستوى محاور الرضا، وهي :الدوافع الذاتية، تقدير المؤسسة، الاستمرار في العمل، الإنجاز في العمل، الدخل، تقدير المجتمع، التطلع إلى المستقبل الصحفي، المسؤولية تجاه العمل، والأمن الوظيفي، كما كشفت الدراسة عن وجود فروق دلالة في مستوى الرضا الوظيفي بين صحف المؤسسات المدروسة.

5. **دراسة مارجريت سمير (2005) العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمات بالاتصال في الصحافة المصرية**، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي العام للقائمات بالاتصال في الصحافة المصرية من أبرزها :طبيعة العمل، والتقدير , وسياسة المؤسسة، والإنجاز، وطبيعة العلاقات الشخصية مع الزملاء، وأنه كلما تقدمت القائمات بالاتصال في أعمارهن ارتفع مستوى رضاهن الوظيفي والعكس صحيح، وأشارت الدراسة إلى أن العائد المادي هو العامل الوحيد من بين العوامل الخارجية الذي عبرت الصحفيات عن عدم رضاهن عنه، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين تكاليف الصحفيات بمعالجة موضوعات لا يتفقن بأهميتها ورضاهن الوظيفي العام.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. **دراسة ران دال بيام (2006) بعنوان" أهداف المؤسسات الإعلامية وأولوياتها والرضا الوظيفي للصحفيين ,والأهداف المادية والمهنية لمؤسساتهم الإعلامية** ,خلصت الدراسة إلى أن هناك مستوى رضا عالي لدى الإعلاميين الذين يعملون بمؤسسات إعلامية تولي اهتماما كبيرا بتقديم خدمة إعلامية جيدة للجمهور , وبعمليات التدريب والتأهيل وذلك على عكس المؤسسات التي تهتم بالجانب المادي على حساب المهني حيث ينخفض مستوى الرضا الوظيفي لمن يعملون بهذه المؤسسة.

2. **دراسة كريس كورديش وكلورويزر (2007) دراسة بعنوان" : الاتجاهات والسلوكيات والرضا الوظيفي لدى الإعلاميين المحترفين في المؤسسات الإعلامية الإخبارية في جنوب تشيلي "** استهدفت الدراسة التعرف الى الأسباب التي تدفع الصحفيين إلى الشعور أو عدم الشعور بالارتياح في عملهم , وتؤثر على رضاهم الوظيفي وقد خلصت إلى أن 12.1% يرون أن وضعهم جيد, فيما أكدت نسبة 15.5% منهم أنهم غير راضين عن وضعهم الوظيفي , كما أظهرت أن أهم العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي كانت -: الرواتب والحوافز المادية , ثم عدد سنوات الخبرة والعمر وظروف بيئة العمل , ثم عامل التدريب والتأهيل .

3. **دراسة تشارلز سير (2008) بعنوان" قلق محرري الشؤون المحلية في الصحف القومية الأمريكية يتزايد بسبب تراجع الرضا الوظيفي لديهم "** هدفت إلى التعرف الى مستوى الرضا الوظيفي لدى محرري الشؤون المحلية في الصحف الأمريكية ,وخلصت نتائج الدراسة إلى أن هؤلاء المحررين لديهم درجة رضا وظيفي منخفضة بسبب حال القلق لديهم من عدم اهتمام مؤسساتهم الصحفية بهم وأكدت الدراسة أن أهم العوامل التي تؤثر على الرضا الوظيفي للصحفيين" عينة الدراسة" كانت العلاقة مع الرؤساء وظروف العمل .

4. **دراسة راندل بيام، وآخرون (1986) بعنوان" جني الجوائز وأثره على الرضا الوظيفي للصحفيين الأمريكيين ومكانتهم في المؤسسة الصحفية** "توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الذين يحصلون على جوائز نتيجة عملهم المبدع والمتميز يرتفع لديهم مستوى الرضا الوظيفين وخلصت إلى أن أهم العوامل المؤثرة على مستوى الرضا الوظيفي للصحفيين عينة الدراسة هي :ظروف العمل) بيئة العمل(، وتحفيز إطلاق القدرات وتشجيعها على الإبداع، ثم تقدير الصحفيين من قبل مؤسساتهم.

5. **دراسة لوري بيرجن، وديفيد ويفر (1988) دراسة بعنوان" العلاقة بين الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في الصحف اليومية الأمريكية، وبين حجم المؤسسة الصحفية(صغيرة الحجم – متوسطة -كبيرة)"**، خلصت الدراسة إلى وجود اختلاف في درجة الرضا الوظيفي لدى الصحفيين العاملين في الصحف اليومية الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، حيث جاء مستوى الرضا عاليا لدى 46% من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الكبيرة الحجم، ولدى 39% من العاملين بالمؤسسات متوسطة الحجم، ولدى 30% من العاملين بالمؤسسات صغيرة الحجم، ولدى 39% من العاملين بالمؤسسات متوسطة الحجم، ولدى 30% من العاملين بالمؤسسات صغيرة الحجم، وكان السبب في ذلك أن المؤسسات الكبرى لديها القدرة على توفير الأمان الوظيفي لصحفييها، وفرص التدريب، فضلا عن ارتفاع أجور العاملين بالمقارنة بالمؤسسات متوسطة، وصغيرة الحجم.

6. **دراسة كيت ستامن وأندور و ود نوخ (1993) بعنوان :العلاقة بين التغييرات في سياسات غرف الأخبار والرضا الوظيفي**، استهدفت التعرف الى تأثير سياسات غرف الأخبار على مستوى الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في عدد من الصحف اليومية الغربية ، وخلصت إلى أن سياسات غرف الأخبار تعد عاملا مؤثرا على مستوى الرضا الوظيفي الصحفيين، حيث

يرتفع الرضا الوظيفي لدى الصحفيين إذا كان هذا التغيير يهدف إلى تطوير عمل الصحفية ومضمونها.

7. **دراسة جوزيف شان، وآخرون (2004) بعنوان :التطلعات المهنية والرضا الوظيفي للصحفيين الصينيين خلال وقت التغيير الذي تشهده وسائل الإعلام،** هدفت إلى التعرف الى التطلعات المهنية للصحفيين ومستوى رضاهم الوظيفي في ظل التغيرات الاجتماعية والسياسية والإعلامية التي تشهدها الصين وظهور وسائل الإعلام الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدة عوامل تؤثر على مستوى الرضا الوظيفي لدى الصحفيين عينة الدراسة، وهي : الاستقلال الوظيفي، ثم فرص الإبداع والإحساس بالإنجاز في العمل، والعلاقة مع الزملاء، والدخل والأجور، وهامش الفوائد، كما خلصت الدراسة إلى أن الاستقلال الوظيفي كان هو العامل الأكثر تأثيراً على درجة الرضا الوظيفي لدى الصحفيين.

التعليق على الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

تشابهت دراسة عبدالرزاق محمد الدليمي:2010 حيث هدفت الى التعرف الى تأثير وعلاقات حدود العملية الادارية على أداء العمل في المؤسسات الإعلامية ووضع بعض المعالجات لمعوقات العمل في المؤسسات الإعلامية وانعكاسها على أداء العاملين واختلفت في أنها لم تعنى بتأثير علاقة العاملين على الرضا الوظيفي وتأثيره على ألأداء المهني أما دراسة أبو اصبع بعنوان التخطيط في المؤسسات الإعلامية فقد تشابهت في تناول عملية التخطيط والظروف الملائمة لنجاحها واختلفت في عدم تناولها لموضوع التخطيط وعلاقته بالرضا الوظيفي اما دراسة بطرس الحلاق(1999)بعنوان العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية حيث تشابهت في تناولها موضوع الرضا الوظيفي واختلفت في تناولها مجتمع الدراسة حيث تناولت

الصحفيين السعوديين اما دراسة الباحث فقد تناولت الصحفيين الأرديين في المؤسسات الإعلامية وبالنسبة لدراسة عبدالعزيز المقوشي 2002 فقد تناول العلاقة بين الرضا الوظيفي والاداء المهني مع اختلافها في تناولها للصحفيين السعوديين .أما دراسة مارجريت سمير 2005 حول العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائم بلاتصال بينما تناولت هذه الدراسة العوامل التي تؤثر في رضا الصحفيين الأردنيين.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

تشابهت دراسة ران في تناولهل أهداف الرضا الوظيفي للصحفيين والأهداف المادية والمهنية ولم تتناول موضوع الرضا الوظيفي من جانبه الإداري اما دراسة كريس فقد تناول موضوع الإتجاهات والسلوكيات والرضا الوظيفي لدى الإعلاميين المحترفيين واختلفت مع هذه الدراسة في تحديد الإعلاميين المحترفين وكما تشابهت دراسة كريس في التعرف على الأسباب التي تدفع الصحافيون إلى الشعور أو عدم الشعور بالارتياح في عملهم وتناولت دراسة راندل في التعرف على اثر الرضا الوظيفي للصحفيين الأمريكيين ومكانتهم في المؤسسة أما دراسة لوري فقد اختلفت في تناولها حجم المؤسسة أما دراسة الباحث فقد اهتمت في تناولها الرضا الوظيفي من وجهت نظر العاملين وكما تشابعت دراسة كيت في تناولها السياسة التحريرية للمؤسسة أما دراسة جوزيف فقد تناول موضوع الرضا الوظيفي في الوقت الذي تغيرت فيه وسائل الأعلام.

ما يميز هذه الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة نلاحظ مما سبق وممن خلال عرض الدراسات السابقة المختلفة على المستوى العربي والأجنبية أن ما يميز الدراسة الحالية عما جاءت به الدراسات المشار إليها بما يلي:

تأتي هذه الدراسة مكملة لما جاءت به الدراسات السابقة إذا إن الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الرضا الوظيفي لا تزال محدودة في مجال الدراسات الإعلامية لذا يأمل الباحث ان تضيف هذه الدراسة مساهمة متواضعة على المستويين النظري والعملي في مجال الرضا الوظيفي.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول: الرضا الوظيفي

تمهيد

إن نجاح المنظمات الإعلامية يعتمد بشكل أساسي على مدى فاعلية أداء الأفراد العاملين بها لمهامهم و واجباتهم، وهذا يتأثر كثيراً بمستوى رضاهم عن العمل أو الوظيفة، لأنه من الطبيعي جداً أن يختلف أداء فرد يشعر أنه راضٍ عن عمله، بفرد أخر لا يشعر به و لا يلمس أن المنظمة التي يعمل بها تهتم بحالة الرضا لديه و متطلباته، و هذا ما يؤكد أهمية الرضا الوظيفي في حياة المنظمة .

وموضوع الرضا الوظيفي هو مطلب قديم ومتجدد في أدبيات الموارد البشرية والسلوك التنظيمي، حيث يشغل اهتمام العديد من الباحثين والمختصين وخاصة عن كيفية حدوثه والعوامل التي تؤثر فيه والسبل التي تمكن من تحقيقه وتحسينه (الصيرفي، 2007، 35).

ولم يحظ موضوع الرضا الوظيفي بالاهتمام في الفترات السابقة، ولم يكن هناك اهتمام بالأفراد، إلى أن جاءت أفكار العالم (فردريك تايلور Taylor) وزملاؤه من رواد الإدارة العلمية لتركز على زيادة الإنتاجية دون الاهتمام بالعنصر البشري، ثم تطور الفكر الإداري وجاءت حركة العلاقات الإنسانية خلال الفترة من (1927 – 1932) وركزت على العنصر البشري وحاجاته، وكانت البداية الحقيقية لأبحاث الرضا الوظيفي في دراسات (هوبوك Hopok) التي انطلقت فكرتها الرئيسية من أن الرضا الوظيفي متغير مستمر، بمعنى أن الرضا والاستياء يوجدان على متصل واحد يمتد من الرضا وعدم الرضا وفي عام (1957) تقدم (هيرزبرج Herzberg) بعدة انتقادات لأفكار هوبوك، حيث قال هيرزيرج أن الرضا متغير ذو اتجاهين بنظرية العاملين (الرضا وعدم

الرضا) وأن أسباب كل منهما تختلف عن الآخر، وفي الستينيات من القرن الماضي أصبح الرضا الوظيفي أكثر تشعباً حيث تم ربط الرضا الوظيفي بعوامل ومتغيرات كثيرة، منها: أسلوب الإدارة، والأجور، والحوافز، وظروف العمل وغيرها، وقد صاحب ذلك تطوراً كبيراً في الطرق المنهجية لدراسة الرضا الوظيفي وفي السبعينات تناولت دراسة الرضا الوظيفي البحث عن أسبابه ونتائجه، وتعددت مجالات التطبيق فشملت العديد من العلوم والوظائف والمهن (المطيري، 2002، 38).

ويعد القطاع الإعلامي من أهم القطاعات الحديثة في العالم، لما له من دور أساسي في تنمية الموارد البشرية وقد حظي هذا القطاع والعاملين فيه باهتمام الباحثين والدارسين نظرًا لأهميته الإستراتيجية على الصعيد الثقافي والفكري، وبما أن هذا القطاع وغيره يعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري فقد تعددت البحوث والدراسات العلمية التي تعرضت للرضا الوظيفي لدى الموظفين العنصر البشري، فهو موضوع لا بد من دراسته بين الحين والآخر نظراً لاختلاف الطبيعة البشرية ، ونظرًا للتطورات الحاصلة في عالمنا ، لذلك يبقى موضوع الرضا الوظيفي محل بحث دائم (عباس،2003، 12).

أولاً: مفهوم الرضا الوظيفي

أورد الباحثون تعاريف عديدة تحاول توضيح معنى الرضا الوظيفي، ولكن ليس هناك تعريف موحد وعام لمفهوم الرضا الوظيفي نظراً لتعدد الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع من جوانب مختلفة، حيث تحاول كل منها أن تطور مفهوم يساعد على متطلبات البحث أو الدراسة وتعبر عن وجهة نظر أصحابها، وتوافق الظروف الزمانية والمكانية لها، بالإضافة إلى أن موضوع الرضا غالبا ما ينظر إليه على أنه موضوع شخصي ونسبي أي لأن الشيء الذي يمكن أن يكون رضا لشخص ما قد يكون عدم رضا لشخص آخر بسبب اختلاف الحاجات والدوافع بينهما، فمثلا

عن كون الرضا عن هذا الشيء قد يكون تام أو يعني جزء من هذا الشيء، ولذلك سوف يتم التطرق لأهم التعاريف التي وردت من أجل الإحاطة بهذا المفهوم (عباس، 2003، 175).

يرى البعض أن الرضا الوظيفي يعطي إشارة حول السلوك الفردي للموظفين عموماً تجاه عملهم، فالموظف الذي لديه مستوى عالٍ من الرضا الوظيفي يعطي سلوكاً إيجابياً تجاه عمله، وعندما يكون غير راضي في عمله يعطي سلوكا سلبيا (2ME,Sermpene et Al,2002,147)

كما ويعرف الرضا الوظيفي: على أنه عبارة عن ردود أفعال المستخدم ورضاه الشخصي ومشاعره وموقفه جسدياً وفكرياً فيما يتعلق ببيئة العمل، والموقف العام الذي يحمله المستخدم نحو واجباته في العمل (Wang, 2012 : 176).

ويشير (Piriyathanalai & Muenjohn, 2012 : 90): أن الرضا الوظيفي هو عملية التقييم العام للمستخدم نحو عمله، والذي يتأثر بموقع المستخدم في العمل والحوافز وآلية الرقابة ونظام الإدارة.

بإلقاء نظرة شاملة على هذه التعاريف نجدها نفس الرضا الوظيفي في ضوء عدة أبعاد، فنجد من يعرفه على أساس أنه أداء لإشباع الحاجات المختلفة للموظف، ومنهم من يعرفه على أساس الأبعاد النفسية للموظف، ومنهم من عبر عنه من ناحية اتجاهات الفرد نحو القيم المهمة لهم.

ويرى الباحث أن الرضا الوظيفي مفهوم متعدد الأوجه بدءاً بالحالة النفسية الإيجابية للموظف، وقناعاته بمقدار جهوده ومقدار المكافآت المترتبة عليها، مقارنا نفسه بأقرانه في نفس المجال ونفس المهنة ونفس العمل.

ثانياً: أهمية الرضا الوظيفي

إن أهمية الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية يعتمد على أساليب أكثر فعالية، مثل الحوافز المادية والمعنوية، والمكافآت الفردية والجماعية لتشجيع روح الفريق بين العاملين، وتعزيز التعاون بينهم، بحيث يحرص كل منهم على أن لا يتعارض عمله مع عمل زملائه لزيادة التنافس الإيجابي سعياً إلى الوصول إلى تحسين إنتاجية العاملين (الكساسبة، 2011، 28).

ويرى بعض الباحثين بأنه يجب على المنظمات تحسين رضا العاملين لديها، من خلال تحسين جودة الخدمات الداخلية فيها، لكي تحافظ المنظمة على العاملين المؤهلين، والذي بالتالي يعزز أداء المنظمة، كما أن هناك تأثير كبير للثقافة التنظيمية على سلوك وأداء العاملين في المنظمة، والذي ينعكس بشكل واضح في عملية التفاعل يبن العاملين وبين العملاء (Wang, 174 : 2012)، وللرضا الوظيفي أهمية خاصة على الأصعدة ومنها (جودة، 2010، 45):

1. على صعيد الفرد / العامل: يسهم في التزام العاملين في مؤسساتهم ووفائهم لتعهداتهم نحوها وارتباطهم بعملها.
2. على صعيد المنطقة: إن الهدف الأساسي لنجاح أي مؤسسة بشكل عام في تحقيق أهدافها لا بد أن يكون أفرادها يتمتعون بدوافع إيجابية في اتجاه هذه الأهداف ولا يتحقق ذلك بمحرك وبواعث مواجهة لسلوكه.

ويرى الباحث أن الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الخدمية على أهميته ليس هو الهدف وإنما هو وسيلة للوصول إلى مستوى مرتفع من الجودة في الخدمات المقدمة للعملاء، والذي

سوف يحقق رضاهم وبالتالي استمرار تعامل هؤلاء العملاء مع تلك المؤسسات الخدمية، والذي يعتبر حالياً ميزة تنافسية حسب رأي العديد من الباحثين والذي سبق وأن أشرنا لهم.

ثالثاً: عناصر الرضا الوظيفي

يعتبر الرضا الوظيفي مفهوم مركب من عدة عناصر، تطرق لها الباحثين بشكل مختلف وإن اختلفوا في بعضها واتفقوا في بعضها، ومنها (الشهري، 2002، 33):

1. الرضا عن الوظيفة وفرص الإثراء المحققة لها.
2. الرضا عن علاقات العمل.
3. الرضا عن زملاء العمل.
4. الرضا عن الرؤساء.
5. الرضا عن المرؤسين.
6. الرضا عن أساليب التوجيه والإشراف والقيادة.
7. الرضا عن بيئة العمل.
8. الرضا عن سياسات الأفراد.

رابعاً: أبعاد الرضا الوظيفي

من بين خصائص العمل التي تولد لدى الأفراد استجابات انفعالية نحوها: العمل نفسه، والراتب، وفرص الترقيه، ونوع الإشراف، والزملاء في العمل، وفرص النمو، والتطور، وينتج الرضا الوظيفي عن إدراك الفرد إلى أي مدى يوفر العمل الأشياء التي يعتبرها هامة. وله ثلاثة أبعاد(حريم، 2013 ، ص388):

- جانب شعوري انفعالي، فالرضا الوظيفي هو استجابة انفعالية تجاه جانب في العمل، وبهذا لا يمكن رؤيته.
- يتقرر الرضا الوظيفي بمدى تجاوزه النتائج للتوقعات.
- الرضا الوظيفي يمثل اتجاهات عديدة مترابطة.

خامساً: مقاييس الرضا الوظيفي

هنالك عدة أبعاد للرضا الوظيفي للعاملين يتم قياس الرضا الوظيفي من خلالها، ولكن أغلب الدراسات في الرضا الوظيفي بينت أنه مفهوم مركب من عدة عناصر وهي: طبيعة العمل نفسه والترقيات والراتب والمشرفين والزملاء في العمل(Wang, 2012 : 176- 177):

1. فمن حيث العمل يتم بيان استقلالية وحرية تصرف الموظف، ومدى ملائمة ظروف العمل من تهوية وإنارة وغيرها.
2. ومن حيث الإشراف يتم بيان العلاقات الطيبة مع المشرفين وهل يولون الموظف الاهتمام المطلوب والذي يستحقه.
3. أما الراتب فيتم بيان مدى كفايته لإشباع حاجات الموظف الأساسية، ومدى عدالته ومستواه بالمقارنة مع المنظمات الأخرى.
4. ومن حيث الترقية فيتم بيان فرصة الموظف للترقي في مناصب أعلى في السلم الإداري، ومدى ملائمة الوظيفة لسنوات الخبرة، وهل تمنح الترقية للموظف للإشباع المادي والمعنوي المطلوب.

5. أما من حيث الزملاء والعلاقة معهم فسيتم بيان العلاقات الطيبة بين العاملين، ومدى المنافع التي يحققها الفرد من تلك العلاقات، ومدى اعتراف الزملاء بجهد العاملين المبذول في العمل.

سادسا: العوامل المؤثرة في مستوى الرضاء الوظيفي

هنالك عدة عوامل تؤثر على الرضا الوظيفي إلا أن رضا الفرد عن جانب معين لا يعني بالضرورة أنه راض عن الجوانب الأخرى، ومن العوامل المؤثرة في مستوى الوظيفي: (جودة،2010، 48):

1. العوامل المرتبطة بظروف العمل وطبيعته: إن التوفيق بين ظروف العمل والاحتياجات المادية والجسدية للعامل يؤثر بشكل كبير في الرضا الوظيفي ويتضمن ذلك عوامل الإضاءة والضوضاء والحرارة والرطوبة والتهوية وعدد ساعات العمل والرعاية الصحية.
2. العوامل المرتبطة بالاستقرار الوظيفي والعوامل الشخصية: إن الاضطراب الذي يحصل في شخصية العامل قد ينعكس بدورة سلباً على الرضا عن عمله وعن رئيسه.
3. العوامل المرتبطة بالرواتب والحوافز والتقدير: إن السياسة الواضحة والعادلة لنظام الأجور والترقيات والعلاوات تدفع العمال من أجل الاستغراق في العمل أملاً في الحصول على ترقية أو زيادة في الأجر أو العلاوة.
4. العوامل المرتبطة بالإدارة والإشراف: تقوم الإدارة بإجراءات خاصة تتعلق بتوجيه كفاءات الأفراد وطاقاتهم واستثمارها من أجل تحقيق الأهداف المؤسسية وذلك من خلال الاعتماد على فلسفة المشاركة في اتخاذ قرارات تناسب الهيكل التنظيمي و طبيعة أعمالها ومع السلطات والمؤسسات المخولة لأفرادها مع وجود نظام جزاء مناسب ونظام اتصال فعال وسياسات محددة.

سابعاً : مؤشرات عدم الرضا الوظيفي (عبد الملك، 2008، 106)

1. الغياب: يعرف الغياب على أنه نقص الملازمة في عمل يتطلب الحضور بشكل دائم.
2. دوران العمل: ويعني دوران العمل أي ترك العمل والاستقالة منه حيث أن ذلك يكلف المنظمة عدة تكاليف منها على سبيل المثال التدريب وتكلفة التعيين وفقد الخبرات والكفاءات العالية وكذلك تشتت جماعة العمل.
3. التمارض: أي إدعاء المرض وذلك ناتج غالباً عن عدم الرضا الوظيفي حيث يلجأ الفرد إلى إدعاء ذلك من ضغوط يواجهها في محيط العمل سواء من قبل الإدارة أو غيرها.
4. الشكاوي والإضراب: حيث يعتبر ذلك من أقوى مؤشرات عدم الرضا يظهر ذلك كآخر إجراء لتعبير الفرد عن عدم الرضا عن العمل مثلا ويهدف إلى لفت نظر المدير إليه للنظر في وضعه.

ثامناً: مؤشرات الرضى الوظيفي

إن من أبرز المؤشرات وأهمها على ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي هو مؤشر الأداء حيث يقصد بالأداء قيام الشخص بالمهام المختلفة المكونة للعمل كماً ونوعاً على الوجه المطلوب، فكلما زاد مستوى الرضا الوظيفي لدى الفرد كلما تم ملاحظة ذلك على أدائه وإنجازه للأعمال المناطة إليع وارتفاع إنتاجيته (عويضة، 2008، 30).

تاسعاً : مسببات الرضى عن الوظيفة

إن هناك عناصر ترتبط بطبيعة ومضمون العمل تخلق الرضا في نفس العامل وتحقق التحفيز الذاتي ومن أمثلة هذه العناصر أهمية العمل وطبيعة النشاط المطلوب وإمكانية التقدم والنمو فيه ومدى المسؤولية المرتبطة بالعمل وفرص الاستفادة من إمكانياته وقدراته الخاصة في

العمل ومدى السلطة والصلاحيات في اتخاذ القرارات وإمكانيات أداء العمل، وهناك عناصر تساعد على تحقيق الرضاء بطريقة غير مباشرة كظروف العمل المادية (الراتب والأجر) والعلاقات مع الزملاء والمرؤوسين والرؤساء (عبد الملك، 1983).

عاشراً: أثر التحفيز في رضا الموظف عن رئيسه

هناك العديد من الأمور قد تحفز الموظف وتجعله مبدعاً وليس بالضرورة أن تكون تحفيزا مادياً.فهناك أشكال عديدة لتحفيز الموظف كرفع الروح المعنوية لديه من قبل رئيسه المباشر.ولتحقيق الرضا النفسي عن الوظيفة لدى الموظف حيث أن هذا الرضا لابد أن يقام على عدة أمور منها:-

1. أن يكون الرئيس بالدرجة الأولى مخلص في عملة مما يجعله حافز للموظف كقدوة يقتدي بها.
2. تقديم الدعم اللازم للعاملين لمساعدتهم على أداء مهماتهم بفعالية.
3. التشجيع على العمل بروح الفريق الواحد.
4. تشجيع الموظفين على الإبداع والتفكير.
5. تقدير الجهود الفردية للموظفين ومكافئتهم.

المبحث الثاني: إدارة المؤسسات الإعلامية

أولاً: الإدارة

تمهيد:

الإدارة شريان هام في المجتمعات المعاصرة، وركيزة أساسية من ركائز قوة النظم الاجتماعية، يعتمد عليها توطيد هذه النظم، وفي سيادة مناخات الأمن، والعطاء، والإبداع فيها. وتزداد قوة الإدارة ومقدرتها على العطاء المبدع بقدر تبنيها لمفاهيم المساواة والاحترام، وهذا يوفر ارتياحاً وطمأنينة وزيادة في الانتماء والولاء، ويؤدي بالنهاية إلى تعميق التماسك والتعاضد بين المدخلات البشرية كافة.

إن العملية الإدارية ليست مجرد تسيير للأعمال، أو ممارسة للرئاسة، بل هي عملية قيادية بالدرجة الأولى، فالسلطة الإدارية وحدها قد ترغم العاملين في المنظمات على الطاعة، ولكنها لا تلهمهم ولا تحفزهم ولا تبعث فيهم الحماسة والانتماء والإبداع والتفاني (منتدى الفكر العربي، 85،1991)، فالإدارة في جوهرها عملية قيادة، وقدرة على التأثير في الآخرين، وحفزهم لإنجاز أهداف المؤسسة التربوية وأولوياتها، والسعي الدائم لتطويرها، فالعمليات الإدارية وحدها لا تتغير ولا تتطور، بل إن الناس هم الذين يعملون ويتعلمون ويغيرون ويتغيرون، ويطورون وهذا ما يفرض تحدياً رئيساً يتمثل بتطوير القيادات التربوية ضمن إطار من الفكر التربوي المستنير (جرادات ومؤتمن، 2000، 95).

مفهوم الإدارة

أصل كلمة إدارة (Administration) لاتيني بمعنى (To Serve) أي (لكي يخدم) والإدارة بذلك تعني "الخدمة" على أساس أن من يعمل بالإدارة يقوم على خدمة الآخرين.(النمر،2001، ص 4).

كما ويعرف (برنامج التعليم المفتوح، 1992، 5): أن الإدارة هي عبارة عن استغلال الموارد المتاحة من خلال التنظيم والتنسيق للجهود الجماعية بشكل يحقق الأهداف المحددة بكفاية وفعالية وبوسائل إنسانية، مما يساهم في تحسين حياة الإنسان، سواء أكان عضواً في التنظيم أو مستفيداً من خدماته.

ويعرفها فريدريك تايلور (Fredreic,1903,21) أبو الإدارة العلمية ومؤسس المدرسة الكلاسيكية فيقول : "الإدارة هي المعرفة الدقيقة لما تريد من الرجال أن يعملوه ثم التأكد من أنهم يقومون بعملهم بأحسن طريقة وأرخصها".

ويمكن تعريف الإدارة بأنها "عملية اجتماعية مستمرة تسعى إلى استثمار القوى البشرية والإمكانات المادية من أجل تحقيق أهداف مرسومة بدرجة عالية من الكفاءة"، الجضعي (2006، ص 18) ومن هذا التعريف يُمكن استخلاص العناصر التالية:

1. أن الإدارة عملية تتضمن وظائف عدة هي التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة.
2. أنها اجتماعية فهي لا تنشأ من فراغ، بل تنشأ داخل مجموعة منتظمة من الأفراد وتأخذ في الحسبان مشاعرهم واحتياجاتهم وتطلعاتهم.
3. أنها وسيلة وليست غاية فهي وسيلة تنشد تحقيق أهداف مرسومة.
4. أنها عملية مستمرة.

5. أنها تعتمد على استثمار القوى البشرية والإمكانات المادية المتاحة.

6. أنها تسعى إلى تحقيق الأهداف بدرجة عالية من الكفاءة.

مدارس ونظريات الإدارة

تبنت بعض الدراسات تصنيف مدارس الإدارة في مدارس ثلاث هي: المدرسة التقليدية، ومدرسة العلاقات الإنسانية، والمدرسة السلوكية، بينما دمجت دراسات أخرى المدرستين الأخيرتين في مدرسة واحدة باسم المدرسة السلوكية تارة وباسم مدرسة العلاقات الإنسانية تارة أخرى، واستحدثت دراسات أخرى مدارس مستقلة كمدرسة الموارد البشرية، ومدرسة النظم، ومدرسة اتخاذ القرارات.

ومن خلال الاطلاع على كثير من الدراسات والبحوث للوقوف على تصنيف يحمل في طياته مقومات التصنيف الجيد، تبيَّن أن التصنيف الذي أورده كل من بيندور وروجرز (Pindur & Rogers) في دراسة لهما بعنوان تاريخ الإدارة (The History of Management) هو التصنيف الأمثل بعد إجراء بعض التعديلات عليه والإضافات بحيث يشمل التصنيف مدارس خمس هي: المدرسة التقليدية، ومدرسة العلاقات الإنسانية، والمدرسة السلوكية، والمدرسة الكمية، والمدرسة الحديثة. وفيما يلي عرض موجز لكل مدرسة من هذه المدارس (الجضعي، 2006،ص 22) :

أولاً: المدرسة التقليدية:

ظهرت المدرسة التقليدية آواخر القرن التاسع عشر ، وجاءت متأثرة إلى حد كبير بنتائج بعض الدراسات التي تمت في مجال إدارة الأعمال بالدرجة الأولى ، إضافة إلى مساهمات بعض علماء الاجتماع وعلم الإدارة العامة، ولهذه المدرسة عدد من الرواد ينتمون إلى بلدان مختلفة أبرزهم

الأمريكي (الجضعي فريدريك تايلور) رائد نظرية الإدارة العلمية، والفرنسي (هنري فايول) رائد نظرية الإدارةالعامة، والألماني (ماكس فيبر) رائد نظرية البيروقراطية.

ومع التباعد الجغرافي بين الرواد الثلاثة، واختلاف السياق الثقافي، إلا أن أطروحاتهم اتسمت بوجود قدر كبير من القواسم المشتركة، لذا اتفق الباحثون في علم الإدارة على إطلاق اسم المدرسة التقليدية تعبيراً عن تلك الجهود، ومظلة لإسهامات الرواد الثلاثة. وتجدر الإشارة هنا إلى أنه بالرغم من وجود قواسم مشتركة بين رواد كل نظرية إلا أن هذا لا يعني عدم وجود الاختلاف والتباين في بعض النقاط الثانوية (السواط ،1995 ،ص 33) .

1. نظرية الإدارة العلمية:

يعد المهندس الأمريكي فريدريك تايلور رائد نظرية الإدارة العلمية (1856-1915)، حيث دعا فيه إلى تبني الطريقة العلمية في الإدارة عوضاً عن الطريقة العشوائية أو الحدسية، كما أشار إلى أن جهد العاملين في المنظمة مرهون بقدراتهم الجسمية، لذا ينبغي أن تولي الإدارة اهتماماً بحسن اختيار العاملين وتدريبهم، وكان يؤمن – تايلور – بأن المحفز الحقيقي للأفراد هو العامل الاقتصادي هذا بالإضافة إلى قناعته بأن العاملين بحاجة مستمرة إلى الإشراف والرقابة الصارمة لضمان عدم تقاعسهم في تطبيق الأسلوب العلمي في العمل.

2. نظرية البيروقراطية:

نشأت البيروقراطية في ألمانيا بفضل الجهود التي قام بها عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر (Max Weber) الذي عاش في الفترة ما بين عامي (1864-1920م)، وكلمة البيروقراطية مشتقة من كلمتين لاتينية وإغريقية الأولى (Bureau) وتعني المكتب، والثانية (cracy) وتعني القوة أو السلطة أو الحكم، ومن ثم فالمقصود بالبيروقراطية هو حكم المكتب أو سلطة المكتب، وقد عرفها قارستون (Garston) بأنها "بناء تنظيمي هرمي يتصف بالتحديد الدقيق لخطوط السلطة،

والقواعد، والإجراءات التي تحكم العمل". وقد استخدم "فيبر" في كتابه الذي صدرت أولى طباعته بعد وفاته بعامين (1922م) مصطلح البيروقراطية لوصف المنظمات الكبيرة جداً. كما حدد خصائصها .

3. نظرية الإدارة العامة:

ظهرت هذه النظرية في فرنسا على يد المهندس الفرنسي هنري فايول(Henri Fayol) الذي عاش في الفترة من (1841–1925م)، وقد تم اشتقاق اسم النظرية من المؤلف الشهير الذي قدمه فايول بعنوان **الإدارة** العامة والصناعية (General and Industrial Management) وبينما أنصب اهتمام تايلور على **الإدارة**الصناعية في مستوياتها التنفيذية (العاملين وخطوط الإنتاج)، فقد انصب اهتمام فايول على الإدارة في مستوياتها العليا. وقد صنف فايول الأنشطة التي تقوم بها المنظمة إلى ستة أقسام هي(الصباب ، 1413 ، 59): (أنشطة فنية ،أنشطة تجارية ،أنشطة مالية ،أنشطة أمنية ،أنشطة محاسبية ،أنشطة إدارية) وقد ركز فايول على النشاط الإداري وقسمه إلى خمس وظائف إدارية هي : التخطيط ، التنظيم، التوجيه، الرقابة، التنسيق).

ثانياً: مدرسة العلاقات الإنسانية (Human Relations School):

ظهرت هذه المدرسة في نهاية العشرينيات الميلادية من القرن العشرين كرد فعل للمدرسة التقليدية، خصوصاً بعد فشل الأخيرة في تحقيق التطلعات المنشودة التي تستهدف الرقي بمستوى الأداء والإنتاج، ومن منطلق أن مدرسة العلاقات الإنسانية ظهرت كرد فعل لسابقتها فقد تبنت استراتيجيات تتصف بأنها على النقيض من استراتيجيات المدرسة التقليدية، فإذا كانت المدرسة التقليدية تنظر للإنسان على أنه آلة (Machine)، فإن مدرسة العلاقات الإنسانية تولي أهمية بالغة للجوانب النفسية والاجتماعية من منطلق أن للفرد قيماً ومعتقدات وعواطف واتجاهات لها أثر

كبير في الكفاية الإنتاجية، والجدول التالي يبين الفروق الجوهرية بين المدرستين (الجضعي، 2006،ص 31):

ثالثاً: المدرسة السلوكية:

إذا كانت المدرسة التقليدية انطلقت من افتراضات متشائمة حول طبيعة الإنسان، فقد انطلقت مدرسة العلاقات الإنسانية من افتراضات متفائلة، بينما تمدّنا المدرسة السلوكية بنظرة واقعية وعقلانية فهي تؤمن بالفروق الفردية، وترفض مبدأ تعميم الأحكام، وأن السلوك الإنساني محصلة لتفاعل الفرد مع البيئة المحيطة به ومن خلالها ظهر مصطلح السلوك التنظيمي الذي يعنى بسلوك الأفراد والجماعات والمنظمات (الجضعي، 2006،ص 40).

رابعاً: مدرسة الإدارة الكمية

تطور المدخل الكمي للإدارة خلال وبعد الحرب العالمية الثانية. فقد حاولت الشركات الكبيرة الاستفادة من الأساليب التي استعملت في إدارة الجيوش، وذلك في مجال حل المشكلات (Problem-Solving) واتخاذ القرار. ويؤكد هذا المدخل على استعمال النماذج الرياضية كالبرمجة الخطية ونظرية المباريات والسلاسل الزمنية والكفاءة الاقتصادية واستخدام الحاسوب (الجضعي، 2006،ص ص 43-44)

ثانياً: إدارة المؤسسات الإعلامية

تمهيد:

لقد شهد الوطن العربي في فترة الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي اهتماما في إنشاء مؤسسات وطنية حيث شملت على قطاعات عديدة من أهمها : القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية ومن ابرز هذه المؤسسات "محطات التلفزيون والإذاعات الوطنية ووكالات الأنباء الوطنية".(إمام،1994،ص255)، وقد نشأت وكالات الإنباء المحلية في الوطن

العربي و التي تعمل على تنظيم تدفق المعلومات لوسائل الإعلام .(الموسى،2009,336_337)، ومن ابرز مهام وكالات الأنباء صناعة الأخبار والتقاط الصور وتوزيعها إلى وسائل الإعلام من صحف وإذاعات ومحطات وغيرها.

تعريف وكالات الإنباء: تصنف وكالات الإنباء ضمن المؤسسات الإعلامية الخدمية. وهي عبارة عن مؤسسة تقدم خدمات إعلامية تتمثل في جمع المعلومات من مصادرها ومعالجتها ، وإعداد المواد الإعلامية من أخبار وتحقيقات صحفية وتحقيقات استقصائية وصور ومواد تلفزيونية يتم إرسالها أو بيعها إلى المؤسسات الإعلامية. (الحسن،2009،ص21).

كما تعرف بأنها:"مؤسسات إعلامية خدمية مهمتها تجميع عناصر المعرفة المتنوعة، تمهيدا لبثها عبر تقنيات معينة إلى وسائل الإعلام التي تقوم بنشرها على نطاق جماهيري"(الحسن 2009:ص21).

وأورد موقع الموسوعة الحرة الالكترونية (وكيبيديا) تعريفا لوكالة الأنباء بأنها : " مؤسسة تقدم خدمة إخبارية تعنى بتجميع الأخبار، وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت. (وكيبيديا:6\5\2014).

وتم تعريفها بأنها المؤسسات الإعلامية التي يتعدى نطاق عملها في جميع الأخبار حول الأحداث .النطاق المحلي لوسائل الأعلام الجماهيري الأخرى.(أمري، وآخرون 2000،ص130).

بيئة عمل وكالات الأنباء: وكالات الإنباء مثل باقي المؤسسات الإعلامية "تحكمها عند اتخاذ القرارات حيال المواد التي تنشرها، ضوابط ومعايير تشريعية، وتنظيمية، ومؤسسية،وثقافية

واجتماعية وسياسية ،تحدد نوعية ومحتوى ومضمون الأخبار، وتصبغا بطابع يعكس الأهداف من هذه الضوابط والتي تشكل بالتالي معايير انتقاء الأخبار ونشرها"(بخيت ،1998،ص84).

والمؤسسات الإعلامية ،"أصبحت نظاما يتم في داخلها وبشكل يومي ، اتخاذ قرارات مهمة حيال فعالية العملية الإعلامية وكيفية انتقاء الأخبار ،واختيار المادة الإعلامية وتأثير الأسلوب الذي يتم بموجبه اتخاذ القرارات وكيفية اختيار المواد الإعلامية (بخيت،ص84).

يعتمد نجاح المؤسسة الإعلامية على حسن تنظيم إدارتها ودقة هذا التنظيم وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الإنتاجية في المؤسسة بأسلوب أفضل وهذه الصلاحيات تختلف بين مؤسسة إعلامية وأخرى تبعا لإمكانياتها المالية والتقنية وطبيعة النظام الإعلامي الذي تعمل في إطاره، وقد أصبحت المؤسسة الإعلامية تمارس نشاطات متعددة منها:

1. نشاط صحفي: ويقوم به الكتاب والصحفيون والمراسلون والرسامون.
2. نشاط صناعي : ويتمثل في تشغيل ألات الطباعة وأجهزة الجمع وماكينات التصوير والتجليد ويتولى ذلك المهندسون والفنيون والعمال.
3. نشاط تسويقي: ويتمثل في بيع المساحات الإعلانية وتوزيع الصحف والمجلات ويتولاه خبراء في التسويق والعلاقات العامة.
4. نشاط مالي وأداري : حيث يقوم به المحاسبون والإداريون .

وهكذا نجد أن نشاط المؤسسة الإعلامية قد تنوع وتشعب وأصبح من الضروري أن تنظم بشكل يمكنها من انجاز مهمتها على الوجه الأكمل. أما وظائف المدير في المؤسسات الإعلامية تشتمل على مسؤوليات إدارية وتحريرية .ولذا فان تنوع الوظائف وطبيعتها المتميزة بالسرعة تحتاج

إلى الاختصار في معالجتها والتوجه الشديد نحو العمل والاتصال الشفوي في ظروف العمل الإعلامي ، بحيث تمتاز بخاصية السرعة والخفة والحصول على رجع الصدى وهو أفضل الوسائل الاتصالية في المؤسسات الإعلامية .

لذلك يعتمد نجاح المؤسسة الإعلامية على حسن تنظيم إدارتها ودقة هذا التنظيم وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الإنتاجية في المؤسسة بأسلوب أفضل وهذه الصلاحيات تختلف بين مؤسسة إعلامية وأخرى تبعا لإمكانياتها المالية والتقنية وطبيعة النظام الإعلامي الذي تعمل في إطاره.

وتعتمد المؤسسات الإعلامية ولا سيما الصحفية بشكل خاص في عملها على عدد من الإدارات وهي (سلطان، 2011):

- إدارة التحرير
- إدارة الإعلان
- إدارة المطابع
- إدارة التوزيع

متطلبات المؤسسات الإعلامية

ان المؤسسات الإعلامية مثلها مثل أي مؤسسة أخرى لا بد إن يتوفر فيها رأس المال ، والعمل المنظم . حيث يشكل رأس المال الذي تحتاجه المؤسسة شرطا ضروريا وأساسيا من متطلبات اي مؤسسة عاملة، ويعد رأس المال في المؤسسات الإعلامية عاملا مؤثراً في تحديد سقف الحرية و الذي بدوره ينعكس من الناحية الادارية على المؤسسة الصحفية.

مستلزمات الأداء الإعلامي

إن مستلزمات الأداء الإعلامي الناجح تفرض نوعين أساسيين من التخطيط وهما (شاكر :2011):

- التخطيط المادي: ويشتمل على التخطيط للأقسام المختلفة لتطوير وتوسيع نطاق خدماتها.
- التخطيط للرسالة الإعلامية (التخطيط الإعلامي) : ويتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية ومجال التحرير.

التخطيط في المؤسسات الإعلامية

يعد التخطيط الإعلامي ضروريا لمواجهة عدة أمور تتمثل بما يلي (شاكر :124:2011):

- تطوير المؤسسة من جانب المعدات والآلات والتطور التكنولوجي .
- تنمية الكوادر البشرية التي تزيد من كفاءة المؤسسة الإعلامية.
- التخطيط الذي يتعلق بالجانب التحريري لتلبية حاجة القراء .
- التنافس بين المؤسسات الإعلامية وعمل خطط لتنمية مواردها الاقتصادية.

وفي ضوء التنافس الحاصل بين المؤسسات الإعلامية سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي ، فان هذا التنافس بحاجة الى وضع خطط للتعامل مع التطور السريع والهائل للإحداث بشكل متلاحق ، حيث أن التخطيط في المؤسسات الإعلامية يستند على مبادئ علمية وبحاجة إلى تفكير مسبق لتحديد الوسائل والأدوات لتنفيذ العمل . ويشتمل التخطيط في المؤسسات الإعلامية على أربع جوانب هي (أبو أصبع، 2010):

- تحديد الأهداف
- تحديد الإمكانيات المتوفرة والمتاحة
- تحديد الوقت المتاح واللازم لتحقيق الأهداف
- تحديد الأساليب لتحقيق تلك الأهداف

القيادة في المؤسسات الإعلامية

تلعب القيادة دورا مهما في نجاح المؤسسات الإعلامية من خلال أسلوب الإدارة الجماعية الذي يزيد من معنويات الفرد وشعوره بالاطمئنان والراحة وتحفيزه من اجل تحقيق الأهداف المطلوبة وهذا بحد ذاته يؤدي إلى رفع مستوى الإنتاجية داخل المؤسسة .

وعلى العاملين في قيادة المؤسسات الإعلامية التمتع بخصائص ومواصفات منها:

1. القدرة الإدارية على الإشراف وإدارة العمل الإعلامي
2. رسم خطط كفيلة بتحقيق مستوى أداء أعلى للعمل الإعلامي
3. القدرة على اختيار التوقيت المناسب للوصول إلى الجمهور وإطلاق الرسالة الإعلامية
4. القدرة على التصور والإبداع بما يمكن من الإشراف على إعداد الأبحاث والبرامج والدراسات الخاصة بنشاط العمل الإعلامي وكيفية تطويره (سلطان:2011، ص95_97)

وطبيعة الإعلام بصفة عامة تفرض علاقة خاصة بين مؤسسات الإعلام وبين حكوماتها وهذا ينعكس بالتالي على طريقة إدارة هذه المؤسسات وتحديد أهدافها وأساليب تحقيقها، ونظراً لطبيعة المهنة الإعلامية فان هذه الأهداف متحركة ومن ثم فان المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى

أكثر من مهارة فالتسلح بالعلم الإداري لا يستطيع ان يحل مشكلات مؤسسة صحفية تحتاج إلى مرونة في إصدار القرارات وسرعة اتخاذها والقدرة على حل المشكلات السريعة والمتلاحقة والمتداخلة بين الأقسام الإدارية والفنية والتحريرية في مؤسسة صحفية ما (أبو عرجة، 2006).

كذلك فان المشكلات التي تواجه مدير (إذاعة أو تلفزيون) ليست مثل مشكلات مصنع إطارات أو مزرعة إذ أنها مشكلات من نوع خاص. تحتاج إلى السرعة والمرونة من قبل مدير المؤسسة الإعلامية (حسونة، 2007).

ومن ثم فإن العملية الإدارية في المؤسسات الإعلامية ليست مجرد تسلح بقواعد العلم الإداري فحسب بل إنها علاوة على ذلك تحتاج إلى مهارة خاصة في إدراك طبيعة الرسالة الإعلامية ونشرها و تسويقها. إن أي مؤسسة تهدف إلى تحقيق أهداف معينة. ومهما اختلفت طبيعة المؤسسة فان إنشاءها من المفترض أن تسعى إلى تحقيق هدف يتلاءم مع هذه الطبيعة ومن ثم فإن المؤسسة الإعلامية تهدف إلى الإخبار والتوجيه والترفيه (سلطان، 2011).

إن كل واحدة من هذه المؤسسات يمكن اعتبارها مؤسسة ذات طبيعة معينة ومن ثم فإن شكل إدارتها يختلف باختلاف هذه الطبيعة، ومهما اختلفت أشكال المؤسسات أو المنظمات فإنها تتفق باشتراكها في عناصر أساسية وهي (القيروتي، 2003):

أولاً: الأهداف

والمقصود بأهداف المؤسسة تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها وإمكانياتها المتاحة وعلى سبيل المثال فإن محطة إذاعية في بلدٍ نامٍ تسيطر عليها الحكومة وتوجهها وتهدف في العادة إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع و يمكن ان يكون لها جملة من الأهداف التالية:

1. تحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسيا تجاه وحدة وطنية أو تثير الجمهور ضد عدو خارجي أو تحفز جماعة من اجل نشاط تنموي ذاتي.
2. ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة وتعلن عن أحداث هامة تهم الجمهور.
3. تعليم الجمهور حيث يمكن ان تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل.
4. تغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن السكنية والريفية المعزولة.
5. الترفية والتسلية.

كانت تلك خمسة أهداف يمكن ان تطالب بها الاذاعة كمؤسسة إعلامية تحقيقا لصالح المجتمع. وهذه الأهداف في حقيقة الأمر يمكن تقسيمها إلى قسمين (أهداف إستراتيجية)و (أهداف تكتيكية):

1. أهداف إستراتيجية طويلة الأجل:

وهي أهداف لا يمكن تحقيقها بشكل فوري وعلى سبيل المثال فان هدف تغيير السلوك أو هدف التعليم لا يمكن أن يتم من خلال إذاعة برنامج أو اثنين في الإذاعة أو التليفزيون أو نشر حلقة أو اثنتين في صحيفة، فهو هدف استراتيجي لأنه من أهداف الإعلام طويلة الأجل والتي تتحقق مع تراكمات الرسائل الإعلامية وتكرارها.

2. أهداف تكتيكية أو قصيرة الأجل :

ولتحقيق الأهداف الإستراتيجية يتم في العادة التخطيط لتحقيق تلك الأهداف عبر أهداف قصيرة الأجل والتي بتواليها واستمراريتها يمكن أن تحقق الهدف الاستراتيجي، وفي مجال الإذاعة مثلا يمكن ان تحقق بعض البرامج الغنائية والمنوعات أهدافا آنية قصيرة الأجل وهو هدف الترفية.

وقد تحقق برامج مثل نشرات الأخبار أهدافا إعلامية آنيّة إلّا أنّ تحقيق أهداف استراتيجية مثل تغيير السلوك أو التعليم أحوج ما تكون إلى برمجة لخطط قصيرة تتكامل محصلتها النهائية في تحقيق الهدف الاستراتيجي الذي تهدف إليه تلك المؤسسات الإعلامية .

ثانيا: رأس المال (التمويل)

ان رأس المال جزء أساسي مكمل للنشاط البشري في أي مؤسسة كانت .ففي المؤسسات الاقتصادية سواء كانت تجارية أو صناعية أو زراعية هو أساس لبدء أي نشاط لان النشاط في طبيعته يترجم إلى أرقام نقدية هي رأس مال يربح أو يخسر والمال قبل كل شي أساس لتوظيف الكادر القادر على متابعة أهداف المؤسسة وهو أساس لشراء احتياجات المؤسسة من أدوات وآلات وشراء مقر أو تأجيره، ومهما كانت طبيعة المؤسسة فإن المال أو ميزانية المؤسسة أساس لممارسة نشاطها، وفي الوطن العربي بصفة عامة نقف أمام نماذج عدة من تمويل المؤسسات الإعلامية ومنها ما يلي:

1. الإذاعات المسموعة والمرئية يتم تمويلها كاملا من قبل أغلبية الحكومات العربية والبعض منها يستخدم الإعلانات وتسويق المواد الإعلامية كوسيلة لتغطية جزء من النفقات.
2. المؤسسات الصحفية ودور النشر الخاصة والتي هي في حقيقتها ذات أهداف تجارية وتستطيع تغطية تكاليفها بالإعلانات أو بالدعم المباشر وغير المباشر من الحكومات مثلما تراه في دول الخليج.
3. المؤسسات الصحفية شبة الخاصة وهي مؤسسات ذات طبيعة حكومية ولكن لها استقلالها الإداري والمالي والتي تستطيع أن تغطي نفقاتها من نشاطها التجاري مثل مؤسسة الأهرام وأخبار اليوم في مصر.

4. المؤسسات الصحفية ودور النشر الحكومية وهي التي تصدر صحفا ومجلات عن مؤسسات لها علاقاتها المباشرة بوزارة الإعلام و التي تقوم بتغطية أي عجز في الميزانيات.

ثالثاً: الاتصال :

المقصود هنا هو أشكال الاتصال الممكنة بين مختلف المستويات في إطار المؤسسة سواء كانت قيادات أو وسطى أو موظفين عاديين، والاتصال هنا يعني انتقال المعلومات والأفكار والعواطف والمهارات باستخدام الرموز مثل الكلمات والصور والأشكال والرسوم وغيرها ، فمن خلال عملية الاتصال هذه يمكن ان يوجه المديرون موظفيهم من خلال توجيهات قد تكون مكتوبة أو شفوية مواجهة أو بالهاتف أو بواسطة مديرين اقل رتبة.

فالاتصال : هو العملية الحيوية التي من خلالها يتم أي نشاط إنساني وبدونه يتعذر انجاز أي عمل والاتصال بالنسبة لأي مؤسسة ذو جانبين:

1. اتصال داخلي : ومن خلاله يمكن معرفة طريقة سير عمل المؤسسة من خلال قنوات الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين.
2. اتصال خارجي : ويتمثل باتصال المؤسسة بما هو خارجها من مؤسسات أخرى أو زبائن.

وبالنسبة للمؤسسات الإعلامية فان نشاطها الأساسي هو نشاط اتصالي ولذا فإن الاتصال الخارجي يعتبر أساس عملها إذ إنّ سلعها وهي وسائل إعلامية اتصالية تتوجه أساسا لمخاطبة جمهورها (الزبائن) وقدرة الإدارة على الاتصال الداخلي الناجح في المؤسسة هي أولى خطوات نجاح إدارة المؤسسة الإعلامية في اتصالها الخارجي .

رابعاً: الإدارة :

بالإدارة يمكن السيطرة على مختلف أوجه نشاط المؤسسة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل وبأقل التكاليف ومن ثم فإن الإدارة مسئولية مباشرة عن العناصر الستة فهي المسئولة عن وضع أهداف المؤسسة وعن اختيار كوادرها ممن ترى أنهم أكفاء لتأدية العمل المطلوب منهم، وهي المسؤولة عن تمويل المؤسسة ومواردها والحفاظ عليها وتنميتها، وهي التي تحدد أشكال الاتصال داخل المؤسسة وخارجها وتقوم بضبطه والتنسيق بين أفراد المؤسسة بما يضمن حسن سير العمل، فالإدارة هكذا تكون عصب المؤسسة وضابطها الذي ينظم وينسق ويتابع ويشرف على حسن سير العمل بالمؤسسة وتشتمل العملية الإدارية على: فن القيادة، التخطيط، الرقابة، التنظيم، التوظيف، الاتصال، صنع القرار فن التعامل مع الآخرين وكلها معا إذا تم تأديتها بنجاح تتكاتف لتصنع إدارة ناجحة، وإدارة المؤسسات الإعلامية الناجحة لا تستطيع تحقيق أهدافها بمعزل عن تأثيرات البيئة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية والقانونية، وهذه العوامل تؤثر سلباً أو إيجاباً على العملية الإدارية وبمقدار ما تستطيع الإدارة الناجحة من إدراك أبعاد هذه العوامل والتعامل معها لصالح المؤسسة فإنها تهيئ ظروفا أفضل لتحقيق أهداف المؤسسة.

إن طبيعة إدارة المؤسسات الإعلامية نابع من الطبيعة الخاصة لإدارة تلك المؤسسات والتي تختلف عن غيرها من إدارات الشركات والمصانع وذلك من عدة جهات تتمثل في الآتي:

1. إن طبيعة المواد المنتجة (الرسائل الاتصالية) ذات طبيعة مميزة وذات تأثيرات متعددة على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع وهذا مما يجعل لتأثيرات البيئة على المؤسسات الإعلامية أهمية خاصة.

2. إن طبيعة المواد الإعلامية تمتاز من حيث الزمن بضرورة مواكبة الحدث والسرعة في تغطيته والتعامل معه وهذا يؤثر على طبيعة العمل الإداري وسرعة اتخاذ القرار في المؤسسة.

3. إن التشريعات الوقائية التي تسنها المجتمعات وقنوات السيطرة والضبط على المهنة الإعلامية تتنوع على أنماط متعددة مما يجعل إدارة المؤسسة الإعلامية بحاجة إلى أكثر من رؤيا للعملية الإدارية.

4. إن طبيعة التنافس في المؤسسات الإعلامية لا يرتبط فحسب بأسلوب عرض الرسالة الإعلامية (كمواد) وإنما أيضا يرتبط بمضمون هذه الرسالة الإعلامية (معلومات وفكر)

ومن ثم فإن التنافس يكمن في الحصول على أفضل الكفاءات التي تستطيع تقديم أفضل الرسائل الإعلامية للجمهور شكلا ومضمونا وهذا يتطلب في اغلب الأحيان من الإدارة الحرص على العاملين فيها بما لديهم من كفاءات وخبرات نادرة.

5. إن إدارة المؤسسة الإعلامية تحتاج إلى وعي كامل بأهمية الإنسان والآلة والزمان والمكان في إطار التخطيط والتنفيذ حيث تحقق متكاملة أفضل أداء في سبيل تحقيق الأهداف.

6. إن طبيعة العمل الإعلامي عمل متكامل يكون لكل فرد فيه دوره الأساسي مهما تضاءل مركزة الوظيفي ومن ثم فإن هذا الإدراك لأهمية الأفراد يستلزم إدراكا اشمل بطبيعة العلاقة بين جماعات العمل وسلوكها وأنماط اتصالها وأسلوب القيادة فيها.

خامساً : مؤثرات على إدارة المؤسسات الإعلامية

تشتمل إدارة المؤسسات الإعلامية على جانبيين متكاملين للعملية الإدارية (أبو أصبع، 2010):

أولاً: إدارة التحرير التي تهتم بجوانب إعداد الرسالة الاتصالية ونشرها.

ثانياً: إدارة المؤسسة باعتبارها تنظيم ذو نشاط إنساني واقتصادي والتي يمكن أن نسميها بإدارة الأعمال، وفي الأغلب ما يطغي لدى الناس مفهوم الإدارة بجانبها الثاني ولا يلقى الجانب الأول عناية مناسبة على الرغم من ان النشاط الأساسي لإدارة المؤسسات هو نشر الرسالة الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو مرئية، فكما تمارس المؤسسات الصناعية نشاطها بإنتاج سلع تتخصص فيها كذلك فان الإنتاج الرئيسي للمؤسسات الإعلامية يكمن في رسائلها الإعلامية، وهكذا فان المؤسسات الإعلامية تخضع – في أحوال كثيرة – إلى قيود وضوابط وضغوط تمارسها عليها مؤسسات أخرى سياسية كالدولة واجتماعية كالمجتمع واقتصادية كالشركات ويكمن السبب في وضع هذه الضغوط على إدارة المؤسسات الإعلامية لإدراك الجهات الضاغطة لأهمية الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام وتأثيرها الخطير على المجتمع، ولذا فان هناك محاولة مستمرة للسيطرة على المعلومات ونشرها في جميع المجتمعات وقد تختلف درجة السيطرة وشكلها وأسلوبها إلا أنها تلتقي جميعا على ضرورة وضع بعض القيود والضوابط وممارسة الضغوط على المؤسسات الإعلامية، وتكاد تلتقي معظم الدول في وضع قوانين للعمل من خلال قوانين المطبوعات واللوائح المنظمة للعمل الإعلامي ومثل هذه القوانين تؤثر على إدارة المؤسسات تأثيرا مباشرا وغير مباشر فهي تؤثر على طبيعة الرسالة الإعلامية كما تؤثر على التوظيف وعلى عملية النشر ذاتها وعلى اتخاذ القرار (سلطان، 2011).

وفيما يلي ابرز أشكال السيطرة والضغط التي تمارس على المؤسسات الإعلامية والتي تؤثر بالتالي على اتخاذ القرار – وهو عملية إدارية من الدرجة الأولى – سواء كان هذا القرار إدارياً بحتاً أو تحريريا يتعلق بالرسالة الاتصالية، وبصفة عامة فإن ابرز أشكال السيطرة على المؤسسات الإعلامية تتنوع من قيود قانونية مفروضة على المؤسسات إلى ضغوط سياسية واقتصادية

واجتماعية إلى عوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة ذاتها من حيث بنيتها التنظيمية وكوادرها وهذه الأنماط سيتم مناقشتها كما يلي (حسونة، 2007) :

أولاً: حق الدولة في منح الترخيص وسحبة والإشراف المباشر: تمتلك الدولة في جميع الأقطار العربية حقها في منح الترخيص وسحبة للمؤسسات الإعلامية وتشترط ضرورة الحصول على ترخيص من الجهة المختصة لإصدار صحيفة أو إنشاء محطة فضائية أو مؤسسة إعلامية، وعلى سبيل المثال ففي بعض الدول ينص القانون بشان سلطة الصحافة على ضرورة الحصول على ترخيص لإصدار الصحف يتم الحصول عليه من الجهات الرسمية، ومن ثم فان كثيرا من القرارات التي تتخذها إدارات المؤسسات الإعلامية وخاصة ما يتعلق بالنشر تتخذ في أعين أصحابها قوة سحب الترخيص التي يمكن ان تهدد المؤسسة.

والوجه الآخر لتأثير الدولة يكمن في إشرافها المباشر وملكيتها لوسائل النشر والإعلام، وتكاد تلتقي جميع الدول العربية في ملكيتها للإذاعة والتليفزيون ووكالات الأنباء وبعض الدول تمتلك أيضا الصحف ودور النشر والإعلان والتوزيع ومثل هذا النوع من الملكية لا يخفي تأثيره المباشر على إدارة تلك المؤسسات فالدولة هي التي تقوم بتعيين المديرين وهي التي تقوم بوضع سياستها الإعلامية وهي التي تحدد ميزانياتها وتؤثر الدولة على الإدارة بالضغط على الموظفين وإمكانية استمرارهم في وظائفهم.

ثانيا السيطرة الاقتصادية من خلال الإعلان وامتلاك وسائل الإعلام: إن مالكي وسائل الإعلام سواء كان المالك حكوميا أو قطاعا خاصا لهم تأثيرهم على ما يقرأه الناس وما يسمعوه أو يشاهدوه بالإضافة إلى سيطرتهم على مضمون الوسائل الإعلامية وينعكس هذا التأثير على المؤسسة الإعلامية وإدارتها من خلال عدة أشكال أهمها ما يلي :

1. يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها سواء كان هو مديرها أم لا.

2. يقوم مالك المؤسسة الإعلامية بالإشراف على تعيين الموظفين وتحديد مسئولياتهم بغض النظر عن أهليتهم لتحمل المسئولية أم لا والمقياس هو الولاء لا الكفاءة.

3. يتدخل مالك المؤسسة الإعلامية – حتى لو لم يكن هو المدير التنفيذي – في إصدار القرارات التي قد تتعارض مع قرارات المدير التنفيذي للمؤسسة الإعلامية.

4. يحدد مالك المؤسسة الإعلامية ميزانيتها مما يؤثر على نشاطها وفعالية إدارتها بوجهيها التحريري والإداري والميزانية والعوامل الأخرى في المؤسسة تؤثر على المؤسسة تأثيرا مباشرا من خلال عدة أوجه ومنها : فصغر حجم الميزانية يؤثر على نوعية اختيار الكوادر المؤهلة لقيادة المؤسسة من بين ذوي الكفاءة الأقل لان مرتباتهم اقل وكذلك نوعية المادة الصحفية وتقليل ساعات البث والإرسال في الإذاعة والتليفزيون وصفحات اقل في الجرائد والمجلات والعكس بالعكس.

ويؤثر الإعلان بدورة على العملية الإدارية في المؤسسة بوجهيها التحرير والإداري والإعلان في الإذاعة المرئية والمسموعة في الوطن العربي بشكل عام يمثل عائدا قليلا من البنية المالية للمؤسسة الإذاعية ومن ثم فإن تأثير المعلن عليها يكاد لا يذكر ولكن لو انتقلنا إلى الصحافة فان الإعلان الذي يشكل جزءا أساسيا من عوائد الصحيفة يمكن أن يؤثر تأثيرا مباشرا على إدارة التحرير وعلى ميزانية الصحيفة التي تؤثر بدورها على الإدارة التنظيمية.

ثالثا القوانين واللوائح المنظمة للإعلام: تختلف أشكال القوانين واللوائح المنظمة للإعلام من بلد عربي إلى آخر وبينما تكاد تجمع الدول العربية على تشريع قوانين خاصة بالصحافة وان مفهومها يشمل أحيانا الإذاعة المسموعة والمرئية وجميع أشكال النشر من مسموع ومطبوع إلا إن

هذه اللوائح لا تكاد تنطبق على الإذاعة والتليفزيون ووكالات الأنباء المحلية وذلك للسيطرة الحكومية المباشرة عليها.

فالقوانين المنظمة للإعلام وبخاصة قوانين الصحافة والمطبوعات تؤثر تأثيرا مباشرا من عدة أوجه على العملية الإدارية في المؤسسة الإعلامية وتلك القوانين تقدم أنماطا من التحكم في الإدارة من خلال :

1. وضع شروط معينة فيما يتعلق بمالك الصحيفة أو مالك القناة الفضائية وشروط خاصة فيما يتعلق برئيس التحرير أو مدير التنفيذي للقناة أو شروط الترخيص للمحرر أو الكاتب في الصحيفة.

2. تحديد محظورات النشر والتي تطالب الصحيفة والصحفيين بالالتزام في عدم التعرض لها وإلا فان ذلك سيعرضها للعقوبات .

3. تحديد بعض أشكال التنظيم الإداري في المؤسسات الإعلامية بشان سلطة الصحافة ولائحته التنفيذية والهياكل التنظيمية والإدارية للجمعيات العمومية ومجالس الإدارة ومجالس التحرير .

وهناك ايضا أشكال أخرى من القوانين التي تنظم نقابات الصحفيين ومواثيق الشرف التي تنظم شروط مزاولة مهنة الصحافة وآدابها ومحظوراتها.

رابعاً: الضغوط الاجتماعية

إن تأثير العوامل الاجتماعية على العملية هو أكثر العوامل المؤثرة في الإدارة مراوغة إذ انه يتراوح بين قيم اجتماعية تكمن في أذهان الإعلاميين يلتزمون بها حتى وان كانوا لا يؤمنون بها إلى أنواع من الضغوط الاجتماعية المباشرة المرتبطة بطبيعة النظام ذاته الذي يقبل على سبيل

المثال منطق المجاملات والمحسوبية على حساب العمل ومثل هذا يكون واضحا في عمليات التوظيف وكذلك في عمليات النشر أيضا.

ومن الضوابط الاجتماعية أيضا ما يمكن أن نسميه بالذوق الاجتماعي الذي يفرض على الصحفيين الالتزام بهذا الذوق . كذلك هناك ما نسميه بالتذوق الاجتماعي للرسائل الإعلامية فقطاعات من الجمهور قد تتذوق أنماطا من الرسائل الإعلامية – بغض النظر عن قيمتها – بينما لا تقبل نمطا آخر وتذوق الجمهور هو جزء من كيانهم الاجتماعي وهو ما يسمى بالثقافة الجماهيرية والإعلامي يواجه ضغطا من قبل مثل هذا التذوق .

ومن ثم فإن أنماطا من الرسائل الإعلامية قد تكون ذات أهمية في بيئة اجتماعية ولا تكون كذلك في مكان آخر.

ثالثاً: القيادة الإعلامية

أولاً: مهام القيادة الإعلامية:

في ضوء ما سبق ذكره يرى الباحث أنه ليس من الضرورة أن يتطابق مصطلح القائد ومصطلح المدير. إذ أن دور المدير يتمثل بعدة أنشطة مثل الابتكار والتخطيط والتنظيم والتحفيز والاتصال والرقابة فضلاً عن ضرورة أن يقود ويوجه. (Lictbert Hicks and C.Gulett, 1975)

- وعند التعرض إلى مفهوم القيادة في المؤسسة الإعلامية فإن الحديث يكرس عن أولئك الأشخاص الذين يتحملون مواقع المسؤولية في إطار المسؤولية، أي المدراء الذين يتولون الإمساك بدقة القيادة والتوجه في المؤسسة وبمختلف مواقعهم.

- والقيادة في المؤسسة الإعلامية ضرورة ملحة لتسيير العمل الإعلامي بكافة جوانبه منذ ولادة فكرة الموضوع في ذهن الكاتبة إلى أن يحصل المتلقي على مبتغاه.

- وتختلف الأدوار القيادية في تلك المؤسسة باختلاف المراكز والمسؤوليات ولكن يتم تنظيمها بحيث تمثل مستويات عدة كي تنظم العلم وتسيره. ويؤدي الشخص الذي يحتل موقعاً قيادياً في المؤسسة دوراً مختلفاً عن أدوار الأشخاص الآخرين العاملين معه في المؤسسة دوراً مختلفاً عن أدوار الأشخاص الآخرين العاملين في المؤسسة وذلك لطبيعة المسؤولية المنوطة به والالتزامات التي يجب أن يقوم بها.

- تمارس القيادة في نجاح أية مؤسسة إعلامية مثلها مثل غيرها من المؤسسات الأخرى، مجموعة من الأنشطة تتمثل في اتخاذ القرار والتخطيط والتنظيم والرقابة والتوظيف المفاوضة والتحفيز والاتصال. (أبو أصبع، 1997،ص108)

ولا شك بأن القيادة في نجاح أية مؤسسة إعلامية حيوي جداً، بل ويشكل العمود الفقري لأي عمل تؤديه، لأن أسلوب الإدارة الجماعية يزيد من معنويات الفرد وشعوره بالاطمئنان والراحة ويحمله على العمل من أجل تحقيق أهداف مؤسسته والذي سيؤدي إلى زيادة الإنتاج في المؤسسة.

ثانياً: الخصائص والمواصفات الواجب توفرها في الأفراد المسئولين عن قيادة المؤسسة الإعلامية:

تعتبر القيادة أساس نجاح المؤسسات بانها القلب والمحرك الذي يقوم بتحفيز الموظفين من اجل تحقيق ألاهداف الرئيسية لأي مؤسسة بأعلى درجات الكفاءة والفاعلية:

1. أن تتوفر لديهم القدرة الإدارية، أي القدرة على الإشراف على نشاطات إدارة العمل الإعلامي وتوجيه أدواته.(جيل، 1965، ص84)

2. القدرة على رسم الخطط الكفيلة بتحقيق مستوى أداء أعلى للعمل الإعلامي.(كاستوف، 1985، ص24)

3. القدرة على اختيار الوسائل الأفضل في الوصول إلى الجمهور واختيار الزمن الأنسب لتحقيق الهدف. (كاستوف، 1985، ص24).

4. قوة الشخصية والشجاعة الأدبية التي تمكنهم من عرض آرائهم ومقترحاتهم بصراحة وقوة. (كاستوف، 1985، ص24).

5. أهمية أن تتوافر لديهم القدرة التحليلية كذلك القدرة على التصور والإبداع بما يمكنهم من الإشراف على إعداد الأبحاث والبرامج والدراسات الخاصة بنشاط العمل الإعلامي وكيفية تطويره (أبو أصبع، 1997، ص117).

ثالثاً: النمط الأكثر فعالية في الإدارة الإعلامية

لعل أفضل الأنماط القيادية لإدارة المؤسسات الإعلامية، هو النمط الدبلوماسي والذي يزاوج معه بالنمط المشارك ألتشاوري، وذلك أن المؤسسات الصحفية تحتاج في لحظة من اللحظات أن يتحول المدير إلى مدير أوتوقراطي، نظراً لطبيعة المهام الإعلامية التي تتسم بالسرعة والمشاكل التي تتعرض لها وتحتاج إلى حسم سريع واتخاذ القرار الفوري. (أبو أصبع، 1997،ص117)

رابعاً: العوامل المؤثرة في الشخصية القيادية (الغمري،1978،ص76)

وتنتج شخصية (القيادي) من تفاعل العوامل الآتية التي تتحكم بالأداء الإعلامية ومستوى فاعليته:

1. نمط القائد _ المدير _ وشخصيته وقيمه وثقافته وثقته بمعاونيه وميوله القيادية.

2. العوامل المرتبطة بالمرؤوسين مثل حاجتهم إلى الاستقلالية ورغبتهم في تحملها وقبولهم الأهداف الإدارية.

3. عوامل تتعلق بطبيعة المؤسسة وتنظيمها مثل أسلوب: الإنتاج الميزانية وتقسيم العمل، وتدفق العمل وتحديد المهمات.

4. قوي ذات علاقة بالمواقف من حيث طبيعة المشكلة.

5. عوامل تتعلق ببيئة المؤسسة مثل: الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية والقوانين المنظمة للمهنة.

كما أن الدوافع ربما تتفاوت حسب المواقف فالفرد يأتي للمؤسسة بتوقعات سيكولوجيا متعددة ودوافع متغيرة من خلال تفاعل حاجات الفرد الأولية وتجارية في المؤسسة، وليست دوافع الفرد معقدة فحسب بل إن هنالك عملية ديناميكية عندما يدخل الفرد إلى المؤسسة ويعمل فيها وعندما تتغير المؤسسة ووضعها لذا على المدراء(في تعاملهم مع الأفراد) أن لا يستخدموا تكنيكاً واحداً بل أن يكونوا (مستعدين لتقبل نماذج مختلفة من العلاقات بين الأفراد ونماذج مختلفة من العقول النفسية) (أبو أصبع، 1997،ص117) لذا فإن الإدارة مطالبة أن يكون لها قدرة تشخيصية ومرونة كما أن للمؤسسة الصحفية ومناخها تأثيراً كبيراً على الفرد.(أسماعيل،1994،ص41)

خامساً: واجبات المدير في المؤسسة الإعلامية

لو حاولنا تطبيق الحقائق الواردة تحت العناوين الأربعة السابقة على إدارة المؤسسات الإعلامية نجدها تنطبق عليها أكثر من غيرها، إذ تتنوع نشاطات المدير في المؤسسة لتشتمل على وحدات إدارية وتحريرية ذات طبيعة تمتاز بالسرعة والحاجة إلى الاختصار في معالجتها، والتوجه

الشديد نحو العمل، لان التقصير في آليات عمل الوسيلة الإعلامية كالأخطاء التي قد يرد في الصحف مثلاً (مطبعية أو نحوية أو فنية) والتي ستكون أخطاء لا يمكن التسامح فيها أو التعويض عن الأضرار التي يمكن أن تلحق بالمؤسسة الإعلامية لأنها قد وصلت إلى المتلقي وبانت عيوبها، كذلك فأن طبيعة الأنشطة الإعلامية التي تتعامل مع الأحداث التي تؤدي على الانفعالات، تستدعي من المدير إلا يتعامل معها بانفعال لأن ذلك يفسد مؤسسته (أبو أصبع، 1997، ص117). كما أن الإيجاز بشأن السياسية اليومية للأداء والاستمتاع لتلقي التوجيهات (سلطان، 1992، ص134).

سادساً: مسؤوليات رئيس مجلس الإدارة في المؤسسة الإعلامية

تفرض طبيعة العمل أن يكون لكل مؤسسة إعلامية مجلس إدارة يشرف على إدارتها ووضع سياساتها وتصريف أمورها وأنشطتها ويختص رئيس مجلس الإدارة: (أبو أصبع، 1997، ص117)

1. سلطة على جميع أوجه النشاط التي تقوم به المؤسسة الإعلامية.
2. يكون له حق التفاوض باسم المؤسسة وله صلاحية التوكيل لمن ينوب عنه في رفع الدعوى والحضور أمام الجهات القضائية وأية جهة أخرى، غالباً ما يمنح التوكيل إلى مدير الشؤون القانونية في المؤسسة.
3. يختص بالأمور العاجلة التي تعرض عليها من مجلس التحرير(هيئة التحرير) (جبريل،1986،ص61) وأنه يصدر كافة القرارات والتنظيمات التي يراها لازمة لحسن سير العمل، على أن تعرض بعد ذلك في أول اجتماع لمجلس الإدارة.

4. له الحق في تعيين أي من المستشارين لمعاونته على أن يحدد الأعمال التي تعرض عليهم لإبداء الرأي فيها.

5. لرئيس المجلس أن يدعو لحضور جلساتها من يرى الاستعانة بمعلوماتهم أو يختارهم دون أن يكون لهم صوت معدود في المداولات.

6. إبلاغ قرارات مجلس الإدارة، إلى المرجع الإشرافي الأعلى الذي ترتبط به المؤسسة (في أغلب الدول تكون وزارة الإعلام هي الجهة الأعلى) بغية التنسيق والدعم والموافقة على الإجراءات الإدارية التي يتطلبها عمل المؤسسة الصحفية.

7. له الحق في دعوة هيئة تحرير أي مطبوع صادر من تلك المؤسسة، كلما رأى ضرورة تدعو إلى ذلك وإدراج أيه مسألة في جدول الأعمال تدخل في اختصاصها.

8. الأشراف عن إعداد التقرير السنوي لنشاط المؤسسة وأعمالها وأعمال نشاطات الوحدات التابعة لها، مع تحديد الميزانية العامة، والكشوف المالية غيرها من التقارير الإدارية التي تطلبها المراجع الإدارية العليا أو المالية العليا.

سابعاً: مسؤوليات رئيس التحرير ومدير التحرير في المؤسسة الصحفية:

1. تتركز مسؤولية رئيس التحرير في الصحافة بمسؤوليته المباشرة عن شؤون التحرير والإشراف على أقسام التحرير (الديب،1987،ص86)

2. التنسيق بين التحرير في الصحيفة والأقسام الإدارية الأخرى.(الإدارة الصحفية،ص1)

3. مسؤولية تنفيذ سياسة الجريدة، ولذا فمن حقه نشر أو إلغاءي أو حذف مواد معينة، فهو يمارس دور المغربل والرقيب الذاتي (غالباً ما يتولى هذه المهمة كمرحلة أولى رؤساء أقسام التحرير ومن ثم سكرتارية التحرير وأخيراً مدير التحرير).

ومن أبرز مهام مدير التحرير هي:

1. تقع مسؤولية مدير التحرير على مباشرة الأمور التنفيذية فيما يتعلق بتسيير أمور الصحيفة، وقد تكون له صلاحية معلومة يمنحها له رئيس التحرير بحيث لا يتجاوزها(الصحافة وحقوق الإنسان، 1998،ص12).
2. قد تقع المسؤوليات الإدارية والمالية على عاتق مدير التحرير ويتفرغ رئيس التحرير للأعباء التحريرية من خلال منحه صلاحيات مالية وإدارية بتعليمات خاصة أو في غالب الأحيان يتفرغ مدير التحرير للأعباء والتحريرية وتترك مهمة المسؤولية المالية والإدارية على عاتق رئيس التحرير الذي يشغل منصب المدير العام أو رئيس مجلس إدارة.

ثامناً: التخطيط في المؤسسة الإعلامية

الإدارة الناجحة في المؤسسة الإعلامية، تعتمد بشكل أساس على التخطيط، (أبو أصبع، 1997 ، 172) وفي ضوء التنافس الحاصل بين المؤسسات الإعلامية ذاتها محلياً أو إقليميا أو دولياً في ظل ظروف تحتاج إلى سرعة فائقة في اتخاذ القرار نتيجة للتعامل مع الأحداث السريعة المتلاحقة.

ويستخدم التخطيط في المؤسسة الإعلامية من الجوانب الآتية:

1. التخطيط المادي الذي يتعلق بالجوانب المالية والإدارية والتكنولوجية والبنى الأساسية لتلك المؤسسات وتنمية الملكات البشرية لتعزيز كفاءة المؤسسة ومدها بدماء جديدة ومواجهة منافسة المؤسسات الأخرى.

2. التخطيط لكيفية إعداد الرسائل الإعلامية ومضامينها وطريقة إيصالها(الغدارة الصحفية، د ت، ص12) مع دراسة درجة تأثيرها والتفاعل الحاصل بين المرسل والمتلقي، وتكنيك صياغة الرسالة وألوانها.

3. التخطيط فيما يتعلق بتطوير المؤسسة والإعلامية ذاتها من إمكانيات مادية وتكنولوجية (الأعرجي، 1977،ص78).

حيث أن التخطيط في المؤسسة الإعلامية يستند علي أسسه وإجراءاته على مبادئ التخطيط العلمي والتي تنطبق على غيرها من المؤسسات، لكن طبيعة العمل الإعلامي، يجعل المؤسسة الإعلامية من أكثر المؤسسات حاجة إليه. وإلى توظيفه بمرونة تنسجم مع طبيعة عملها. وأي عمل مطلوب تأديته يحتاج إلى تفكير مسبق يحدد ما يجب عمله ويحدد الوسائل لتنفيذ ذلك العمل، كما يحد الأهداف والنتائج المرجوة من تنفيذه وفي العمل الإعلامي كغيره من الأعمال تقع أعباء مسؤولية التخطيط على قيادة المؤسسة الإعلامية ذاتها (مولوي، 1998، ص23) أي أن عملية التخطيط تشمل أربعة جوانب هي:

1. تحديد الأهداف
2. تحديد الإمكانيات المتاحة.
3. تحدي الزمن المتاح واللازم لتحقيق الأهداف.
4. تحديد الأساليب المراد أتخاذلها لتحقيق الأهداف.

تاسعاً: كيف يتم التخطيط في المؤسسات الإعلامية

مستلزمات الأداء الإعلامي الناجح وطبيعته الإعلامية تفرض نعني من التخطيط(أبو أصبع، 1997، ص172) ينفصلان عن بعضهما وهما:

1. التخطي المادي للمؤسسة ذاتها.

2. التخطيط للرسالة الإعلامية.

والمؤسسة الإعلامية الناجحة في التخطيط، تسير هذين الاتجاهين في آن واحد، ولا تستطيع الاستغناء عنهما في ظل التنافس الإعلامي للمؤسسات، وفي ظل الظروف الاتصالية التي تستدعي سرعة الحركة والإبداع والمتابعة المستمرة للأحداث ولما يجري في المجتمعات لمحلية الدولية.

والتخطيط للرسالة الإعلامية في أية وسيلة إعلامية تتولى مسؤوليته إلا درة العليا (الادراة الصحيفية) والتي تتطلب من تلك الإدارة تنظيم قنواتها بشكل تنسيقي من خلال خارطة توضيحية يقوم بإعداد طاقم من المتخصصين أو أية تسمية أخرى متفق عليها تتولى المسؤولية التخطيطية.

أما التخطيط المادي للمؤسسة الإعلامية، فهو ما يتعلق بالجوانب المالية والإدارية والتكنولوجية (محسن، 1979، 158). أن التخطيط المادي للمؤسسة الصحفية غالباً ما يكون منفصلاً عن إدارة التحرير، ولكن لرئيس التحرير أو مدير التحرير دور رئيس فيه أو تشكيل لجنة تخطيط خاصة، مؤقتة أو دائمية تحت إشراف رئيس التحرير أو المدير العام.

التنظيم في المؤسسة الإعلامية

أولاً: أهمية التنظيم

يعد التنظيم من أهم الأسس العملية في بإدارة المؤسسات الإعلامية (أبو أصبع، 1997ص183) إذن أن كل مدير بحجة على تنظيم مرؤوسيه بشكل ينجز الواجبات الملقاة على المجموع بما يحقق أهداف المؤسسة:

- كما يعني التنظيم في المؤسسات الصحفية، تحديد العلاقات والواجبات المطلوبة من ملاكاتها، كما تفصل المؤسسات الإعلامية في إدارتها بين جانبين مهمين هما:

1. الإدارة التي تهتم بشؤون الرسالة الإعلامية هي إدارة التحرير.

2. الإدارة التي تهتم بشؤون إدارة الإعمال وتشمل(إدارة شؤون الأفراد، الإدارة المالية، والخدمات السائدة الأخرى التي تسهل عمل إدارة التحرير والعلم الفني الإبداعي).

3. وبمقدار ما يتوفر للمؤسسة الإعلامية من تنظيم جيد لبنيتها بمقدار ما تؤدي المؤسسة عملها بكفاءة وإذا ما حدث اختلال في البنية التنظيمية فإن إعادة التنظيم تصبح حالة ضرورية.

ثانياً: أنماط التنظيم في المؤسسة الإعلامية (أيريك سترونح1995):

هناك ثلاث أنماط من التنظيم في المؤسسة الإعلامية:

1. نمط يعتمد على المركزية بحث تتجمع السلطات واتخاذ القرار في قمة الهرم التنظيمي.
2. نمط يعتمد على اللامركزية، بحيث يعطي للأقسام مسؤوليات محدودة تتيح نوعاً من المرونة في استخدام المسؤولية واتخاذ القرار.
3. نمط يزاوج ما بين الأسلوبين أعلاه.

وهو يتيح لكل إدارة أن تعمل مستقلة وإذا احتاجت إلى أي خدمات غير متوفرة لديها فأنها تؤمن من قبل الإدارة العليا.(الأزهري، 1979)

ثالثاُ: أنماط الوظائف وتوصيفها في إطار تنظيم مؤسسة إعلامية

1. الوظائف القيادية: وهي الوظائف التي تخص المديرين الذين يشرفون على أداء العمل ويخططون له ويصدرون القرارات، يسيطرون على قنوات الاتصال داخل المؤسسة وخارجها.
2. الوظائف التنفيذية: وهي التي تباشر التنفيذ اليومي للمهمات في إطار المؤسسة وتشمل:
   - وظائف إدارية مكتبية (المكتبة).
   - وظائف الفنية(مصممون، منفذون، مصورون، رسامون،...)

- وظائف حسابية(محاسبون، مدققون)
- وظائف أبداعية(محررون، كتاب، رسامو الكاريكاتير، وغيرهم)
- وظائف خدمية مثل(السواق، السكرتارية، عمال الخدمة.... وغيرهم)

3. الوظائف الاستشارية: وهي الوظائف التي تقدم المشورة على _ القيادة الإدارية_ في المؤسسة مثل (مستشارو هيئة التحرير، المستشار القانوني، خبراء الطباعة وغيرهم)
4. اعتماد كفاءات من خارج كادرها التنظيمي للإسهام في أنشطتها(الكتاب والأدباء والرسامون) وأحياناً المراسلين من الذين يتقاضون مكافئات حسب نتاجهم الذي يقدمونه، ولا يتسم بالاستمرار في أغلب الأحيان بل حسب الحاجة الإبداعية. وتنظيم المؤسسة الإعلامية يضم الإدارات التالية:

1. إدارة التحرير (رئيس التحرير، مدير التحرير، معاونو التحرير، سكرتارية التحرير، رؤساء الأقسام التحرير).
2. إدارة الشؤون الإدارية المالية.
3. إدارة المطابع(المطابع، لوائح الاستنساخ، التصوير ألطباعي).
4. إدارة التوزيع والإعلان.
5. إدارة القسم الفني (التنضيد، التصميم، التنفيذ، المونتاج).
6. والعمل الإعلامي الناجح، يحتاج إلى تنظيم إداري جيد مع توفير عناصر قيادية جيدة وجو من العمل المناسب وكوادر ذات كفاءة عالية.

اتخاذ القرار في المؤسسة الإعلامية:

أولاً: أهمية اتخاذ القرار

تعرف عملية اتخاذ القرار بأنها (المفاضلة بين البدائل الممكنة واختيار الأفضل من بنيها لمواجهة موقف معني في فترة زمنية محدودة)، وتعد القرارات جوهر العملية الإدارية والمحور الأساس الفعال فيها، وتعد القرارات التي تتخذ في المؤسسات الإعلامية هي الأداة والوسيلة المعبرة عن مدى نجاح الادارة أو فشلها في استثمار الموارد المادية والبشرية المتاحة، وفي استغلال الوقت وصولا إلى الأهداف المحددة.

وهذه العملية تتطلب مجهودان مشتركة من القائد ومرؤوسيه وتعبر عن نوع هيكل التنظيم ونوع العلاقات بين الإدارات العليا(متخذة القرار) وبين المرؤوسين.

ثانياً: صنع القرارات وإدارة المؤسسة الإعلامية

الإدارة في المؤسسة الإعلامية هي أكثر المؤسسات التي تحتاج إلى اتخاذ القرارات عديدة وفورية وإدراك المسئول في المؤسسة للتكنيكات في صنع القرار سواء كانت تقليدية أو حديثة يمكن أن تساعده في اتخاذ القرارات.

- ومن مسؤوليات قائد المؤسسة الصحفية تدريب الأشخاص المسئولين عن صنع القرار، لكي يكونوا مهيئين لإعداد الاختيارات لصنع القرار في صلاحية النشر أو عدمه.
- ودائماً تواجه المؤسسات الإعلامية مشكلات طارئة مثل تعطل آلات الطباعة أو عدم وجود بعض مستلزمات الطبع أو شحه الورق أو الأحبار وغيرها، وهذه تحتاج إلى قرارات سريعة لأن القارئ لن يعذر غدارة الوسيلة الإعلامية لتأخر صدورها أو تعطلها عن الصدور ليوم واحد.

والمدراء والمؤسسات الإعلامية يتخذون قراراتهم بناء على خليط من الاعتبارات، مثل خبرة المدير والحقائق المتوفرة لديه وحدسه وعواطفه وأحاسيسه، وهي عناصر هامة، لن طبيعة العمل الإعلامية تتسم بالابتكار فإن عنصر الحدس لدى المدراء الإعلاميين يصبح عنصراً من عناصر صناعة القرار، وذلك لن بعض المعلومات لات يمكن الاعتماد عليها ليست كمية، ومن الصعب تعليمها بشكل دقيق، ولذا فإن خبرة المدير وحدسه يصبحان ضروريين، ولا سيما في المسائل التي ترتبط بالقيم سواء أكانت مرتبطة بالعاملين أو الجمهور.

ثالثاً: دور القيادة الإعلامية في صياغة القرار

تؤدي القيادة الإعلامية خمسة أدوار هامة في عملية صناعة اتخاذ القرار تتمثل بـ:

1. الالتزام بتطوير المؤسسة الإعلامية التكيف مع الظروف المتغير في بيئتها، وهذا يحتاج إلى قرارات مدروسة.
2. الالتزام بحل المشكلات والاضطرابات التي تحدث في المؤسسة، وهذه قد تحتاج إلى قرارات فورية وأخرى إلى قرارات مدروسة.
3. القيام بدور المفاوض سواء داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجها وما سيتتبعه من ضرورة اتخاذ قرارات فورية.
4. القيام بدور تخصيص الموارد البشرية المادية، واتخاذ قرار التوظيف والترقيات وتحديد أدوار العاملين في المؤسسة وحدود صلاحياتهم.
5. لذا نجد أن اتخاذ القرار هو عصب أي عمل تنظيمي، وكلما أدرك المسئول هذه المهمة الملقاة على عاتقه، توجه اهتمامه نحو تجديد قراراته، فأدراك أنواع القرارات أنواع القرارات ومستوياتها يساعدانه على اتخاذ القرار والأفضل والأدق.

أن العرض الإعلامي الناجح والمتطور يحتاج إلى تخطيط مسبق على أسس عملية ومنهجية بحيث لا تسوده الصيغ الارتجالية والعفوية ذات الصبغة التجريبية والتي قد تمارس من دون أساس علمي مما يؤدي إلى حدوث إرباكات كثيرة للمؤسسة الإعلامية جراء عدم الاهتمام بأقساط لتخطيط والمتابعة والأخذ بمقترحاتها وتوصياتها مع توفير مستلزمات عملتها (مكننة والمعلومات).

أن الحاجة العمل الإعلامي إلى إداري جيد لأن الحل الإداري مهما كان بسيطاً فأنه ينعكس مباشرة على نتاج تلك المؤسسة ويكون سبباً مباشراً في تعرف المتابع على مستوى تطور الوسيلة الإعلامية من عدمه.

وإن أبرز أنواع الخلل شيوعاً هو ما أعتدنا عليه من اعتبار رئيس المؤسسة الإعلامية، المسئول الأول والأخير بل يصل الأمر بربط تطور الوسيلة الإعلامية وركودها باسم رئيسها الأعلى الذي يقترن اسمه باسم الوسيلة الإعلامية حيث يصبح اسمه مثل علامة فارقة للوجه.

وبرغم أن هذا النوع من التوصيف يعكس واقعاً موجوداً فعلاً، إلا أن الحالة كلها تكشف ارتباك الأنظمة الإدارية في المؤسسات الإعلامية، مما يفسح مجالاً كبيراً للاجتهاد الشخصية التي لا ترقى مهما بلغت من العبقرية إلى نظام مؤسسي راسخ، يعتمد التنظيم العملي منهجاً لإيجاد حلول نظامية شاملة للمشكلات التي تظهر خلال الممارسة.

إن التجربة المعاصرة في أية وسيلة إعلامية، ومتطلبات العمل الإعلامي ومهامه، تحتاج إلى:

1. وضع هيكل عقلاني لهيئة التحرير.
2. إدارة صحيحة للطاقات المتاحة في المؤسسة (بشر + معدات).

3. طرق كفوءة في التخطيط والنشر.

4. إقامة علاقات مستمرة مع الكتاب والمحررين المساهمين في الوسيلة الإعلامية ومع المتلقين.

5. توفير أشكال عقلانية في تنظيم النشاطات الإبداعية للعاملين والاهتمام بنتاجاتهم.

المبحث الثالث: الأداء المهني للعاملين في المؤسسات الإعلامية

الأداء المهني

المقدمة:

ازداد نمو المؤسسات الإعلامية في الأردن واتسع نطاق عملها واحتل موضوع الأداء جزءاً من اهتمام المفكرين والممارسين، وأصبح هذا الموضوع محور عدد من الدراسات الأكاديمية، كما تطورت النظرة إليه باعتباره عملية من العمليات الأساسية في إدارة الموارد البشرية أو شؤون الموظفين مثل التخطيط للموارد البشرية، والاختيار والتعين، وتحديد الرواتب والأجور وغيرها من العمليات (أبو النصر، 2008، ص72).

ويعد موضوع تطوير وتقييم أداء المهني للعاملين من المواضيع التي تحظى بأهمية مرموقة في العملية الإدارية وبين موضوعاتها، فهو الوسيلة التي تدفع الأجهزة الإدارية للعمل بحيوية ونشاط، حيث تجعل الرؤساء يتابعون واجبات ومسؤوليات مرؤوسيهم بشكل مستمر، وتدفع المرؤوسين للعمل بفعالية، وتظهر أهمية هذه الوسيلة أيضا عند النظر إلى المجالات التي تستخدم فيها نتائج تقويم الأداء، وأهمها: تحسين أداء الموظف وتطويره، واعتماد هذا التقويم وسيلة لتحديد المكافآت والعلاوات الدورية، وأداة للكشف عن الاحتياجات التدريبية، ووسيلة للحكم على مدى سلامة سياسات الاختيار والتعيين والتدريب، وأساس موضوعي لرسم هذه السياسات (أبو شيخة، 2010، ص332).

مفهوم الأداء

يعرف الأداء بأنه: الترجمة العملية والإنجاز لبرامج العمل وخطط الأعمال التي يتم وضعها وتحديدها للوصول إلى الهدف الأساسي للمنظمة. وهو القيام بالشيء أو تأدية عمل أو إنجاز مهمة

أو نشاط معين. بمعنى أن الأداء هو قيام الشخص بسلوك ما، وذلك لتحقيق هدف محدد، فقد يكون إشباع حاجة معينة أو حل مشكلة ما أو التخطيط لمشروع ما (الجساسي، 2010، ص37).

ويعرفه الهيتي (2000) بأنه: "محاولة لتحليل أداء الفرد لكل ما يتعلق به من صفات نفسية وبدنية أو مهارات فنية أو فكرية أو سلوكية وذلك بهدف تحديد نقاط القوة والضعف ومحاولة تعزيز الأولى ومواجهة الثانية وذلك كضمان أساسي لتحقيق فاعلية المنظمة الآن وفي المستقبل".

ويرتبط بمفهوم الأداء مصطلحات عديدة منها على سبيل المثال الآتي (أبو النصر، 2008، ص73):

1. **الأداء المهني:** ويقصد به القيام بأعباء الوظيفة التي يقوم بها الشخص من مسئوليات وواجبات، وفقاً للمعدل المفروض أداؤه من العامل الكفء المدرب: هذا ويمكن معرفة هذا المعدل عن طريق تحليل الأداء.
2. **تحليل الأداء:** يقصد بتحليل الأداء دراسة كمية العمل والوقت الذي يستغرقه، وإنشاء علاقة عادلة بينهما.
3. **معدل الأداء:** يقصد بمعدل الأداء كمية العمل التي ينجزها فرد واحد أو مجموعة من الأفراد خلال زمن معين تحت الظروف الطبيعية للعمل، أو مقدار الزمن اللازم لإنجاز كمية العمل.

ولكي تكون المنظمة ناجحة وتحقق أهدافها بكفاءة وفاعلية ينبغي أن تولي اهتماماً فائقاً للأداء، وأن يشكل تقييم الأداء والتغذية الراجعة محوراً مركزياً في نظام إدارة الموارد البشرية، وإن إدارة تقييم الأداء لكي تكون ناجحةً وفعالة وتحقق الأهداف المرجوة منها ينبغي أن تتوافق مع إستراتيجية، المنظمة وثقافتها، وإن تقييم أداء العاملين يمكن المنظمة من كشف بعض المشكلات

وأوجه الضعف في ممارسات وإجراءات إدارة الموارد البشرية في مجال استقطاب واختيار العاملين وأنواع الإختبارات التي تستخدمها المنظمة في اختيار العاملين.(حريم، 2013، ص250).

تطوير أداء العاملين

يستخدم أداء العاملين أساساً ومقياساً في ترشيح العاملين لشغل الوظائف الأعلى، فشروط شغل الوظائف لا تكفي في حد ذاتها لشغلها إذا تنافس عليها عدد كبيرة ممن تتوافر فيهم تلك الشروط، حيث يتعين المفاضلة بينهم وفقاً لتقدير كفاءتهم من خلال عملية التقييم (Redman & Wilkinson, 2008, P223).

ويؤكد (Torrington,et.al, 2008, P302) أن تحديد مستوى أداء العاملين يستخدم للحكم على صلاحية العاملين الجدد الذين يخضعون لمدة اختبار يتقرر على أثرها استمرارهم في شغل وظائفهم أو الاستغناء عنها.

وتتجه نظم إدارة الأداء ليس فقط إلى تحريك الأداء حسب الخطط المعتمدة، ولكنها فضلاً عن ذلك ترمي إلى تحقيق أهداف مهمة تتعلق بمستوى الجودة والكفاءة والفعالية في الأداء. فمن ناحية تهدف إدارة الأداء إلى المحافظة على الأداء المتميز وصيانته من أن ينحدر عن مستوى التميز. كذلك تبغي إدارة الأداء تطوير الأداء الأقل تميزاً والذي لا يصل إلى المستويات المحددة في خطط الأداء المعتمدة. ثم تهتم إدارة الأداء في المؤسسات الإعلامية بالارتفاع بالأداء إلى مستويات أفضل باستمرار وتطوير عناصره لتحقيق قدرات تنافسية أعلى والحصول على ثقة الزبائن والمرضى وتفضيلهم ما يؤكد ويدعم المركز التنافسي للمؤسسات الإعلامية بين المؤسسات الأخرى، هذا وتقوم فكرة تطوير الأداء على أساس علاج القصور أو الانحراف في الأداء الفعلي عن الأداء المستهدف والتي قد تعود إلى أي من عناصر الأداء (أبو حشيش، 2000، ص136).

مجالات تحسين وتطوير أداء العاملين

لتحسين وتطوير الأداء مجالات متعددة منها (أبو شيخة، 2010، ص336):

- تطوير قدرات ومهارات العاملين.
- زيادة المستوى المعرفي للعاملين.
- حفز وتنمية اهتمامات العاملين بالعمل.
- إعادة تصميم العمل.
- إعادة تخطيط الأداء.
- إعادة هندسة العمليات.
- إعادة التنظيم الإداري.
- إعادة صياغة النظم والسياسات.
- إعادة توزيع المسؤوليات والصلاحيات.
- زيادة استيعاب التقنيات.
- تطوير التقنيات والأجهزة الإعلامية الحالية.
- استحداث تقنيات طبية جديدة.
- تحسين بيئة العمل.
- تطوير الثقافة التنظيمية.

وإن جميع ما يقدم من خدمات ومنافع إلى العاملين في المنظمات يعتبر تعويض ولكن بشكل غير مباشر، وعادة ما تمنح هذه الخدمات للعاملين كأساس تحفيزي، وهي من الثوابت التي تجسر مضامين علاقة الأفراد والمنظمات وهي الأساس في تكوين وتنمية الانتماء للمنظمة

والإخلاص في العمل. وهذه المزايا والمنافع تحتل أهمية كبيرة لدى الأفراد العاملين ويمكن أن توجه لتحقيق الأهداف الآتية(الوليد، 2009، ص201):

1- جذب موارد بشرية جيدة.

2- تقليل معدلات دوران العمل وتحقيق استقرار في قوة العمل.

3- تحفيز العاملين عن طريق زيادة معنوياتهم وتحسين ولائهم لعملهم ولمنظماتهم.

4- تعزيز صورة المنظمة بين العاملين فيها وفي مجتمع الأعمال ويمكن ان تتسبب المنافع والخدمات، ولكن يمكن أن تظهر بعض المشكلات وذلك بسبب الآتي:

أ. سوء اختيار المنافع والخدمات وعدم كفاءة إدارة وتوجيه استخدامها، وتظهر هذه المشكلة واضحة في المنظمات التي تعاني من انخفاض الإنتاجية.

ب. عدم التزام المنظمات بالمنافع والخدمات التي تعلن عنها في مرحلة الاستقطاب للموارد المنظمة.

ج. شعور الأفراد العاملين في المنظمة بأن هذه المزايا واجب على المنظمة وجزء من مسؤولياتها الاجتماعية تجاههم وتجاه المجتمع، فمثل هذا الشعور يقلل من أهمية الميزة أو المنفعة ويجعلها جزء من الالتزامات المالية وليس على سبيل المكافأة لذلك فإن أثر التعويضات غير المباشرة يكاد أن يكون ضئيلا أو غير موجود إذا لم تدرك المنظمة أهمية التعويضات وتحسن اختيارها وتجيد في إدارتها وتوجيهها.

تقييم الأداء

يهتم تقييم الأداء بمراجعة أداء كل فرد خلال فترة زمنية معينة للحكم على "جودة أدائه"، أما الترتيبات المستقرة لإجراء التقييم فيطلق عليها : "نظام تقييم الأداء، ومفهوم "التقييم" يوحى بإمكانية

إعطاء قيمة محددة ، أما مفهوم "التقدير" فهو يفترض بأن من الصعب إعطاء رقم لأداء فرد ما على مدى سنة كاملة، وما يتم هو إجراء تخمين وتقدير للأداء. (برنوطي، 2004، ص21)

وتعد عملية تقييم الأداء واحدة من أهم مفردات إدارة القوى البشرية في المؤسسات العامة والخاصة على حد سواء، وتحتل هذه العملية جزءاً كبيراً من اهتمام القيادات الإدارية ومسؤلي إدارات القوى البشرية، نظراً لكونها تعد من السياسات الإدارية المهمة التي تدفع هذه الادارت للعمل بحيوية ونشاط ، لمراقبة نشاط مرؤوسيهم بهدف تحسين الأداء وزيارة الإنتاجية (طعامنة، 1994)

وتسعى إدارة الموارد البشرية إلى تحقيق الأهداف التالية على مستوى المنظمة والمديرين وعلى مستوى المرؤوسين(صالح والسالم، 2006، ص103):

أولاً: أهداف تقييم الأداء على مستوى المنظمة

1- خلق مناخ من الثقة والتعامل الأخلاقي عن طريق تأكيد الأسس العلمية في التقويم والموضوعية في إصدار الأحكام مما يبعد عن المنظمة احتمالات شكوى العاملين أو اتهامها بالمحاباة وتفضيل بعضهم على بعض لاعتبارات شخصية وليست علمية أو موضوعية.

2- النهوض بمستوى العاملين من خلال استثمار قدراتهم الكامنة وتوظيف طموحاتهم بأساليب تؤهلهم للتقدم، وكذلك تطوير من يحتاج منهم إلى تدريب أكثر.

3- وضع معدلات موضوعية لأداء العمل من خلال دراسة تحليلية للعمل ومستلزماته.

4- تقويم برامج وأساليب إدارة الموارد البشرية، لأن عملية التقويم مقياساً مباشراً للحكم على مدى سلامة ونجاح الطرق المستخدمة في هذه الإدارة.

5- تحديد تكاليف العمل الإنساني، وإمكانية ترشيد سياسات الإنتاج وسياسات التوظيف عن طريق الربط بين التكلفة والعائد.

ثانياً: أهداف تقييم الأداء على مستوى المديرين

1- التعرف الى كيفية أداء الموظف بشكل علمي وموضوعي.

2- الإرتفاع بمستوى العلاقات مع الموظفين من خلال تهيئة الفرصة الكاملة لمناقشة مشاكل العمل مع أي منهم، الأمر الذي يقود في النهاية إلى أن تكون لمناقشة مشاكل العمل مع أي منهم.

3- تنمية قدرات المدير في مجالات الإشراف والتوجيه واتخاذ القرارات الواقعية فيما يتعلق بالعاملين.

ثالثاً: أهداف تقييم الأداء على مستوى المرؤوسين

1- تعزيز حالة الشعور بالمسؤولية لدى المسئولية من خلال توليد القناعة الكاملة لديهم من أن الجهود التي يبذلونها في سبيل تحت عملية التقويم، الأمر الذي يجعلهم يجتهدون في العمل.

2- تساهم عملية تقييم الأداء في اقتراح مجموعة من الوسائل والطرق المناسبة لتطوير سلوك الموظفين وتطوير بيئتهم الوظيفية أيضاً بأساليب علمية بصورة مستمرة.

الاتجاهات الحديثة في تقييم الأداء:

تتحدد الاتجاهات الحديثة في تقييم الأداء في الآتي(حسونة، 2007، ص36):

1- الإدارة بالأهداف: مقارنة الأهداف الموضوعة للفرد مع ما تم إنجازه خلال فترة زمنية محددة، ويظهر الفرق بين هدف التقليدي والإدارة بالأهداف حيث في الطريقة التقليدية يتم التركيز على الماضي بينما في الإدارة بالأهداف يتم التركيز على المستقبل وتقديم النصح والإرشاد والمشاركة في التقييم بهدف التعليم.

2- علانية التقييم: إن ما يغلب في طرق التقييم الحديثة إعلان نتائج التقييم ليزيد من عدالة وموضوعية التقييم.

3- المقابلة التقييمية: بعد إعلان نتائج التقييم لمناقشة مواطن الضعف والقوة لوضع حلول مناسبة.

4- الطريقة الثلاثية في التقييم: تقييم الموظف لذاته وتقييم الزملاء وتقييم الرئيس.

5- القوائم السلوكية المتدرجة: تكمل هذه الطريقة مدخل "الإدارة بالأهداف" وتركز على الأهداف التطويرية، وتحديد السلوك الذي يتم تقييمه وهذه الطريقة كفرق بين السلوك ولأداء والنتائج.

6- قوائم الملاحظة السلوكية: قائمة يتم تسجيل كأنه الملاحظات الخاصة بأداء المرؤوسين.

العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء في المؤسسات الإعلامية

تعددت واختلفت وجهات النظر التي فسرت العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء الوظيفي، وفيما يلي لبعض هذه الآراء (خوام، 2008، ص 19):

1- الأداء الوظيفي يتبع الرضا الوظيفي: أي أنه كلما ارتفع مستوى الرضا لدى العاملين، كلما ارتفع مستوى الأداء الوظيفي، فهناك علاقة طردية بين طرفين الأول مستقل وهو الرضا والثاني تابع وهو الأداء.

2- الرضا يتبع الأداء: أي أنه كلما كان مستوى الأداء جيداً كلما شعر العامل برضا عن العمل، وبالتالي حسب هذا الرأي فإن الرضا الوظيفي ما هو إلا متغير تابع لمتغير مستقل وهو الأداء الوظيفي على أساس أن الأداء الجيد للموظف وما يعقبه من مكافآت يؤدي إلى زيادة على إشباع حاجاته وبالتالي زيادة درجة رضاه عن العمل.

3- المناخ التنظيمي عامل وسيط بين الرضا والأداء: بني هذا الرأي على أساس المناخ التنظيمي باعتباره العامل الوسيط بين الرضا الوظيفي والأداء الوظيفي، فقد اعتبر المناخ التنظيمي بأنه العاكس للانطباع الذي يكون لدى العاملين بالمؤسسة الإعلامية عن جميع العناصر

الموضوعية فيها، على أساس أن العاملين يعتبروا الوسيلة الأساسية لأداء الأعمال وتحقيق الأهداف، وبالتالي فإنه كلما كانت صورة المنظمة إيجابية لديهم كلما أدى ذلك إلى رفع الروح المعنوية لديهم، وهذا سينعكس ايجابياً على أدائهم، ومن ثم أمكن القول أن المناخ هو عامل وسيط يربط بين الرضا الوظيفي والأداء المهني.

العلاقة الإنسانية بين الرئيس والمرؤوس ومشاركة العاملين في اتخاذ القرارات ودوره في الرضا الوظيفي

لابد من تواجد روح التعاون عند المدراء لإدارة المرؤوسين من خلال استشارتهم بصرف النظر عن التسلسلات الإدارية والذي بدوره يساهم الى حد كبير من تحقيق الشعور بالرضا الوظيفي لدى العاملين ، كما يقلل من الضغط النفسي ويزيد من انتماء العاملين لمؤسستهم . ويجب على مدراء المؤسسات مشاركة العاملين من خلال الندوات المفتوحة واللقاءات المبرمجة وحلقات العصف الذهني وغيرها ، ممايؤدي بالضرورة الى زيادة مستوى الرضا الوظيفي للعاملين وبالتالي يزيد من الأداء المهني لديهم.(عبد النبي عبدا لله الطيب)

علاقة تقييم الأداء في تحقيق الرضا الوظيفي

لتقييم الأداء علاقة مهمة في خلق الشعور بالرضا لدى العامل عن عمله ورئيسه لذلك على الرئيس الذي يقوم بتقييم الأداء الالتزام بمعايير وقواعد معينة لذلك ومنها:

1. يجب أن يكون لدى العاملين فكرة حول تلك المعايير التي تستخدم في تقييم أدائهم.
2. يجب على الرئيس أن يقوم بتقييم أداء العاملين بعدالة وموضوعية.
3. أن لا يتأثر التقييم بالعلاقات الشخصية وأن يقوم على أساس الأداء والجهد.

4. من الضروري استخدام معايير وأسس موحدة لتقييم جميع العاملين بنفس تلك المعايير التي يجب أن تكون واضحة ومفهومة للجميع.
5. يجب استخدام نتائج التقييم والعمل على إلغاء نقاط الضعف في أداء العاملين وتعزيز نقاط القوة.

علاقة الحوافز على الأداء المهني

تؤدي الحوافز إلى إقبال العاملين على العمل داخل المؤسسة التي تتبع مجموعة من سياسات الحوافز المادية والمعنوية بوجه عام، حيث تؤثر في أداء العاملين بصورة يمكن التنبؤ بها (الصراف وآخرون 1994) كما أن توفير سياسات واضحة للحوافز يضمن توجيه العاملين إلى الطريق التي تحقق لهم المكافأة والذي بدوره يؤدي إلى رفع مستوى الأداء لديهم.

علاقة التحفيز في رضا الموظف عن رئيسه

إن التحفيز ليس مادى فقط وإنما هناك العديد من الأمور قد تحفز الموظف وتجعله مبدع ولكن التحفيز لا بد أن يأتي من قبل الرئيس المباشر فهذا يعني رضا الموظف عن رئيسة وليس الرئيس هذا الرضاء لابد وأن قوم بعدة أمور مثل:

1. التشجيع على العمل بروح الفريق الواحد.
2. تشجيع الموظفين على الإبداع والتفكير.
3. أم يكون الرئيس بالدرجة الأولى مخلص في عملة مما يجعله حافز للموظف كقدوة يقتدي بها. العمل على تنمية قيادات بديلة من داخل المؤسسة مما قد يشعر بأن له دور مهم في تلك المؤسسة وأنه لابد من وصولة لمكانة مرموقة في عملة.
4. تقدير الجهود الفردية للموظفين ومكافئتهم.
5. تقديم الدعم اللازم للعاملين لمساعدته على أداء مهماتهم بفعالية.

علاقة اتخاذ القرار بالرضا الوظيفي

إن موضوع اتخاذ القرار من المواضيع الهامة في أي مؤسسة لذلك فهي أحد الجوانب التي تعكس مدى رضى الموظف عن رئيسة وعملة ويجب على الرئيس التقيد بالأمور التالية المتعلقة باتخاذ القرار لكسب رضا الموظف:

1. الأخذ بعين الاعتبار ارآء الموظفين في اتخاذ القرار.
2. أن يتيح للموظف المجال للاعتراض على القرار.
3. أن يتقبل أي نقد لقراراته.
4. أن يطبق جميع القرارات على الكل بدون استثناء.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

نوع الدراسة الحالية ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو فترات عدة، من اجل التعرف الى الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره؛ إذ يبدأ هذا المنهج بتحديد المشكلة ووضع الفروض وجمع البيانات والمعلومات ومن ثم تحليلها وتفسيرها وبالتالي الوصول إلى النتائج والتوصيات، والمنهج الوصفي لا يتمثل فقط في جمع البيانات والمعلومات وتبويبها وعرضها بل أنه يشمل كذلك على تحليل دقيق لهذه البيانات والمعلومات وتفسير عميق لها من اجل استخلاص الحقائق والتعميمات الجديدة التي تساهم في تراكم وتقدم المعرفة الإنسانية (حسين، 1995 ،147)

وتعتمد هذه الدراسة على أسلوب المسح الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية، ويعتبر أسلوب المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث المكونة لفترة زمنية كافية للدراسة، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختبارها وإعدادها أو التعرف الى الطرق

والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الاستبصار الكامل بجوانب الموقف (عليان،2008، 54).

ويطبق أسلوب المسح عادةً على نطاق جغرافي كبير أو صغير وقد يكون مسحاً شاملاً أو بطريق العينة وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من اجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وبنسب خطأ قليلة وبالتالي تمكينه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة(عليان، 2008،55).

وسيتم في هذه الدراسة مسح الصحفيين العاملين في وكالة الانباء الاردنية بترا عن طريق توزيع الاستبيانة العلمية وفق لعنوان الدراسة (الرضا الوظيفي في المؤسسات الاعلامية الاردنية ودوره في الاداء المهني للعاملين فيها).

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الصحافيين العاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية وتكونت عينة الدراسة من جميع الصحافيين العاملين في وكالة الانباء الأردنية بترا البالغ عددهم (177) صحافيا اللذين تم أختيارهم عن طريق المسح الشامل وتم استعادة (152) استمارة صالحة للتحليل الأحصائي .

وصف خصائص عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (152) إعلامي من العاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية تم اختيارهم بطريقة المسح الشامل لمجتمع الدراسة، للتعرف على درجة الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها، والجدول (1) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	117	77.0
	أنثى	35	23.0
	المجموع	152	100.0
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	4	2.6
	دبلوم متوسط	84	55.3
	بكالوريوس	35	23.0
	دراسات عليا	29	19.1
	المجموع	152	100.0
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	5	3.3
	6 – 10 سنوات	30	19.7
	11 سنة فأكثر	117	77.0
	المجموع	152	100.0
مستوى الدخل الشهري	أقل من 300 دينار	5	3.3
	301 – أقل من 600	39	25.7
	600 – أقل من 900	35	23.0
	900 فأكثر	73	48.0
	المجموع	152	100.0
المزايا التي تحصل عليها في عملك	سكن أو بدل سكن	9	5.9
	وسيلة نقل بدل نقل	98	64.5
	لا أحصل على مزايا	45	29.6
	المجموع	152	100.0
المشاركة في دورات داخلية وخارجية في مجال الوظيفة الحالية	نعم	142	93.4
	لا	10	6.6
	المجموع	152	100.0
المشاركة في مؤتمرات داخلية وخارجية في مجال الوظيفة الحالية	نعم	116	76.3
	لا	36	23.7
	المجموع	152	100.0

يظهر من الجدول رقم (1) ما يلي:

– أن عدد الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية أبرزهم من الذكور حيث بلغ عددهم (117) بنسبة مئوية (77.0%)، بينما بلغ عدد الإناث (35) بنسبة مئوية (23.0%).

- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي، يظهر أن معظم أفراد العينة من الحاصلين على " دبلوم متوسط " حيث بلغ عددهم (84) بنسبة مئوية (55.3%)، بينما بلغ عدد حاملي" الثانوية عامة فأقل " (4) بنسبة مئوية (2.6%) وهم الأقل تكراراً.
- بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة، يظهر أن معظم الأفراد كانت خبرتهم " أكثر من 11 سنة " حيث بلغ عددهم (117) بنسبة مئوية (77.0%)، بينما بلغ عدد الأفراد الذين بلغت خبرتهم " 5 سنوات فأقل " (5) بنسبة مئوية (3.3%).
- بالنسبة لمتغير الدخل الشهري، يظهر أن معظم أفراد العينة يتقاضون " أكثر من 900 دينار " بتكرار بلغ (73) بنسبة مئوية (48.0%)، بينما بلغ عدد الأفراد الذين يتقاضون " أقل من 300 دينار " (5) بنسبة مئوية (3.3%).
- بالنسبة للمزايا التي يحصلون عليها في العمل يظهر أن معظم الأفراد يحصلون على وسيلة نقل أو بدل نقل حيث بلغ عددهم (98) بنسبة مئوية (64.5%)، بينما بلغ عدد الذين يحصلون على سكن أو بدل سكن (9) بنسبة مئوية (5.9%) ويظهر أن (45) من الأفراد لا يحصلون على مزايا أثناء العمل.
- بالنسبة للمشاركة في دورات داخلية وخارجية في مجال الوظيفة الحالية للأفراد يظهر أن معظم الإعلاميين شاركوا بدورات حيث بلغ عددهم (142) بنسبة مئوية (93.4%)، بينما بلغ عدد الذين لم يشاركوا بالدورات (10) بنسبة مئوية (6.6%).
- بالنسبة للمشاركة في مؤتمرات داخلية وخارجية في مجال الوظيفة الحالية للإعلاميين يظهر أن معظمهم شاركوا في مؤتمرات داخلية وخارجية حيث بلغ عددهم (116) بنسبة مئوية (76.3%)، بينما بلغ عدد الذين لم يشاركوا بالدورات (36) بنسبة مئوية (23.7%).

أداة الدراسة

قام الباحث بتصميم الاستبانة كأداة لقياس أهداف وتساؤلات هذه الدراسة وفقاً لعنوان الدراسة، وفق خطوات البحث العلمي، والتي تضمنت الصدق والثبات.

اختبار صدق أداة الدراسة

للتحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) لمحتوى الاستبانة، تم عرضها في صورتها الأولية على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك وجامعة البتراء الأهلية. راجع الملحق رقم (2) وفي ضوء ملاحظات المحكمين ومقترحاتهم، تم تعديل وصياغة الأسئلة والفقرات المقترح تعديلها، لتقيس بالفعل المراد قياسه، وقابلة للتطبيق الميداني.

اختبار ثبات أداة الدراسة

تم التأكد من ثبات الأداة من خلال استخدام معامل كرونباخ ألفا (Chrombach Alpha) لحساب قيمة الثبات للاتساق الداخلي (Internal consistency) لفقرات الاستبانة حيث بلغ معامل الثبات للدراسة (0.93) وبذلك تكون أداة الدراسة صادقة وثابتة وقابلة للتطبيق وفق لأهداف الدراسة الحالية، جدول (2) يبين ذلك.

جدول (2): معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة

المجال	معامل كرونباخ ألفا
رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها	0.76
الرضا عن الوظيفة للصحفيين	0.85
الرضا عن الأجر للصحفيين	0.77
الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين	0.91
الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين"	**0.75**
الرضا عن الزملاء في العمل	0.75
الرضا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي "	0.78
علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين "	0.79

معامل كرونباخ ألفا	المجال
0.81	" السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين "
0.85	الرقابة للصحفيين في بترا
0.86	المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين "
0.94	الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية "
0.93	**المجال ككل**

يظهر من جدول (2) أن معاملات كرونباخ ألفا لمجالات الدراسة تراوحت بين (0.75 – 0.94) كان أعلاها لمجال "الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية " يليه في المرتبة الثانية مجال "علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين " حيث بلغت قيمة ألفا (0.91)، وجاء في المرتبة الثالثة مجال " المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين " حيث بلغت قيمة ألفا (0.86)، وجاء في المرتبة الأخيرة مجال " الرضا عن الزملاء في العمل "، وبلغ معامل كرونباخ ألفا للمجال ككل (0.93)، وهي قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

مجالات الدراسة

تتحدد الدراسة بثلاث مجالات مهمة تتمثل في:

المجال المكاني :وكالة الأنباء الأردنية بترا.

المجال الزماني :أجريت الدراسة في الفصل الصيفي من العام 2014م.

المجال البشري :الإعلاميين العاملون في وكالة الأنباء الأردنية بترا.

تصحيح المقياس

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف للتعرف على درجة الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها، حيث تم إعطاء موافق بدرجة كبيرة (3)، موافق بدرجة متوسطة (2)، موافق بدرجة ضعيفة (1).

المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies & Percentage) لجميع اجابات عينة الدراسة على فقرات الاستبانة.
- معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Chrombach Alpha) للتحقق من ثبات أداة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية (Std & Mean) لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.

عرض نتائج الدراسة

يتضمن هذا الجزء عرض نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف الى درجة الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها، وسيتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما درجة الرضا للصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها؟

للإجابة عن السؤال الأول تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	احصل على المعلومات بسهولة دون إي تعقيد	15.8	62.5	21.7	2.06	0.61
2	مصادر المعلومات متوفرة لدي	15.1	62.5	22.4	2.07	0.61
3	فرصة حصولي على المعلومات متكافئة مع زملائي الصحفيين	18.4	69.1	12.5	1.94	0.55
4	أواجه مشاكل عدة في المنع من النشر بسبب العلاقات الشخصية	61.2	32.2	6.6	1.45	0.62
5	احصل عل المعلومات من مصادرها الرئيسية	9.2	48.7	42.1	2.33	0.64
المجموع					1.97	0.44

يظهر من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية لمجال " رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها " تراوحت بين (1.45 – 2.33)، حيث جاءت الفقرة رقم (5) والتي تنص على " احصل عل المعلومات من مصادرها الرئيسية " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " مصادر المعلومات متوفرة لدي " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.07)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (1) والتي تنص على " احصل على المعلومات بسهولة دون إي تعقيد " وبمتوسط حسابي بلغ (2.06)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (4) والتي تنص على " أواجه مشاكل عدة في المنع من النشر بسبب العلاقات الشخصية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.97) وهي درجة متوسطة.

وبالتالي يمكن القول بأن درجة الرضا للصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها كانت بدرجة متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: ما درجة الرضا عن الوظيفة للصحفيين العاملين في بترا؟

للإجابة عن السؤال الثاني تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الوظيفة للصحفيين "، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الوظيفة للصحفيين"

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	اشعر بالرضا عن شروط وظيفتي الصحفية	12.5	61.8	25.7	2.13	0.61
2	اشعر أن هذا العمل يتناسب مع مؤهلي أكثر من غيره	3.3	44.7	52.0	2.49	0.56
3	لا أجد صعوبة مع نفسي للذهاب إلى العمل	12.5	26.3	61.2	2.49	0.71
4	لا اضغط على نفسي للذهاب إلى العمل	15.8	20.4	63.8	2.48	0.75
5	اشعر أنني أكثر سعادة بين الزملاء	9.2	50.0	40.8	2.32	0.63
6	اشعر أن عملي ينتهي بشكل سريع	9.2	44.1	46.7	2.38	0.65
	المجموع				2.38	0.50

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن الوظيفة للصحفيين " تراوحت بين (2.13 – 2.49)، حيث جاءت الفقرتان رقم (2 ، 3) واللتان تنصان على " اشعر أن هذا العمل يتناسب مع مؤهلي أكثر من غيره، لا أجد صعوبة مع نفسي للذهاب إلى العمل" بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " لا اضغط على نفسي للذهاب إلى العمل" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.48)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (6) والتي تنص على " اشعر أن عملي ينتهي بشكل سريع " وبمتوسط حسابي بلغ (2.38)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم

(1) والتي تنص على " اشعر بالرضا عن شروط وظيفتي الصحفية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.38).

وبالتالي يمكن القول بأن درجة الرضا عن الوظيفة للصحفيين العاملين في بترا مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: ما درجة الرضا عن الأجر للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا؟

للإجابة عن السؤال الثالث تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الأجر للصحفيين "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الأجر للصحفيين"

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	لا احتاج إلى العمل خارج عملي	60.5	21.1	18.4	1.58	0.79
2	احصل في عملي على حوافز إضافية	86.2	11.2	2.6	1.16	0.44
3	يكفي دخلي لإشباع احتياجاتي	72.4	21.7	5.9	1.34	0.59
4	اشعر أن راتبي الشهري جيد بالمقارنة برواتب أصدقائي	50.7	36.8	12.5	1.62	0.70
5	يتناسب راتبي والدرجة العلمية التي احملها	61.2	32.9	5.9	1.45	0.61
6	راتبي يدفعني للعمل بشكل جيد	38.2	42.8	19.1	1.81	0.73
7	يساعدني راتبي على مواجهة المشكلات الحياتية	60.5	33.6	5.9	1.45	0.61
8	ارغب بحصولي على عمل إضافي	25.7	12.5	61.8	2.36	0.87
المجموع					1.60	0.42

يظهر من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن الأجر للصحفيين" تراوحت بين (1.16 – 2.36)، حيث جاءت الفقرة رقم (8) والتي تنص على " ارغب بحصولي

على عمل إضافي " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (6) والتي تنص على " راتبي يدفعني للعمل بشكل جيد" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (1.81)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (4) والتي تنص على " اشعر أن راتبي الشهري جيد بالمقارنة برواتب أصدقائي " وبمتوسط حسابي بلغ (1.62)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2) والتي تنص على " احصل في عملي على حوافز إضافية"، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.60) وبدرجة متوسطة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الثالث بأن درجة الرضا عن الأجر للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع: ما درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط؟

للإجابة عن السؤال الرابع تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين"

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	التعليمات التي تصدر من الإدارة واضحة	15.1	40.1	44.7	2.30	0.72
2	تحرص الإدارة على سماع مقترحاتي	27.0	21.7	51.3	2.24	0.85
3	يفوضني رئيسي في اتخاذ قرارات متعلقة بالعمل	22.4	3.03	47.4	2.25	0.80
4	يعترف الرؤساء ويقدرون ما أقوم به من عمل	15.1	34.2	50.7	2.36	0.73
5	تراعي إدارة المؤسسة النواحي الإنسانية في العمل	15.1	33.6	51.3	2.36	0.73
6	أتعرض لنقد رؤسائي من العمل عند حدوث أخطاء بسيطة	39.5	28.9	31.6	1.92	0.84

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
7	يحدد رئيسي معايير الأداء في العمل	9.2	49.3	41.4	2.32	0.64
8	تتفهم الإدارة الظروف الفردية	41.4	43.4	15.1	1.74	0.71
9	توجد علاقة اجتماعية بين الموظفين من رؤساء وإداريين وغيرهم داخل المؤسسة	19.1	43.4	37.5	2.18	0.73
10	تستطيع إدارة المؤسسة حل المشكلات التي تواجههم	15.8	42.8	41.4	2.26	0.71
11	توفر المؤسسة خطط لتفادي مشكلات العمل	37.5	40.8	21.7	1.84	0.76
12	نواجه مشاكل في حل بعض الأمور داخل العمل	15.8	59.9	24.3	2.09	0.63
	المجموع				2.15	0.53

يظهر من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين " تراوحت بين (1.74 – 2.36)، حيث جاءت الفقرتان رقم (4 ، 5) واللتان تنصان على " يعترف الرؤساء ويقدرون ما أقوم به من عمل، تراعي إدارة المؤسسة النواحي الإنسانية في العمل " بالمرتبة الأولى، تليهما الفقرة رقم (7) والتي تنص على " يحدد رئيسي معايير الأداء في العمل " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.32)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (1) والتي تنص على " التعليمات التي تصدر من الإدارة واضحة " وبمتوسط حسابي بلغ (2.30)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (8) والتي تنص على " تتفهم الإدارة الظروف الفردية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.15) وهي بدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الرابع بأن درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس: ما درجة الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا؟

للإجابة عن السؤال الخامس تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن ظروف بيئة العمل "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين"

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	توفر المؤسسة وسائل مواصلات النقل للموظفين إلى مكان عملهم	73.0	27.0	-	1.27	0.45
2	توفر المؤسسة كل عناصر الأمان والحماية من الأخطاء المهنية	28.3	65.1	6.6	1.78	0.55
3	توفر المؤسسة أوقات للراحة أثناء العمل	44.1	36.8	19.1	1.75	0.76
4	اشعر أن مكان عملي نظيف	31.6	49.3	19.1	1.88	0.70
5	اشعر أن ساعات ومواعيد العمل مناسبة	9.2	59.2	31.6	2.22	0.60
المجموع					1.78	0.34

يظهر من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن ظروف بيئة العمل " تراوحت بين (1.27 – 2.22)، حيث جاءت الفقرة رقم (5) والتي تنص على " اشعر أن ساعات ومواعيد العمل مناسبة " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " اشعر أن مكان عملي نظيف " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (1.88)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (2) والتي تنص على " توفر المؤسسة كل عناصر الأمان والحماية من الأخطاء المهنية " وبمتوسط حسابي بلغ (1.75)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (1) والتي تنص على " توفر المؤسسة

وسائل مواصلات النقل للموظفين إلى مكان عملهم "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.78) وبدرجة متوسطة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الخامس بأن درجة الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس: ما درجة الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا؟

للإجابة عن السؤال السادس تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيي "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الزملاء في العمل "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	يوجد تعاون بين الزملاء لانجاز العمل	15.1	50.0	34.9	2.20	0.68
2	يساعد الزملاء بعضهم في العمل	15.8	46.1	38.2	2.22	0.70
3	يتبادل الزملاء مصادر المعلومات والمعرفة	15.8	49.3	34.9	2.19	0.69
4	توجد مشاركة مع الزملاء في ندوات وورش عمل وأنشطة أخرى	21.7	56.6	21.7	2.00	0.66
5	يتوفر الانسجام بين الموظفين	21.7	56.6	21.7	2.00	0.66
6	يوجد تنسيق بين مختلف الأقسام	21.7	55.9	22.4	2.01	0.67
7	اشعر بالمحبة والسعادة بين زملائي	21.7	59.2	19.1	1.97	0.64
8	أتبادل الزيارات الاجتماعية مع زملائي خارج العمل	13.2	61.8	25.0	2.12	0.61
المجموع					2.09	0.58

يظهر من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيين " تراوحت بين (1.97 – 2.22)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على " يساعد الزملاء بعضهم في العمل " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (1) والتي تنص على " يوجد تعاون

بين الزملاء لانجاز العمل " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.20)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (3) والتي تنص على " يتبادل الزملاء مصادر المعلومات والمعرفة " وبمتوسط حسابي بلغ (2.19)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) والتي تنص على " اشعر بالمحبة والسعادة بين زملائي "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.09) وبدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال السادس بأن درجة الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا بدرجة متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع: ما درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا عن الاستقرار(الأمان) الوظيفي ؟

للإجابة عن السؤال السابع تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الاستقرار(الأمان) الوظيفي "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا عن الاستقرار(الأمان) الوظيفي "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	اشعر بالاطمئنان لاستمراري بالعمل	9.2	39.5	51.3	2.42	0.66
2	يكفي حجم المكافآت في نهاية الخدمة	47.4	43.4	9.2	1.62	0.65
3	يوجد صندوق ضمان اجتماعي	19.1	52.6	28.3	2.09	0.68
4	يوجد نظام تأمين صحي	18.4	34.2	47.4	2.29	0.76
5	يتوفر راتب تقاعد مناسب	43.4	34.2	22.4	1.79	0.79
6	تتوفر درجة الأمان الوظيفي في حال حدوث مرض أو عجز صحي	31.6	55.9	12.5	1.81	0.64
	المجموع				2.00	0.49

يظهر من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي " تراوحت بين (1.62 – 2.42)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على " اشعر بالاطمئنان لاستمراري بالعمل " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " يوجد نظام تأمين صحي " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.29)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (3) والتي تنص على " يوجد صندوق ضمان اجتماعي " وبمتوسط حسابي بلغ (2.09)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2) والتي تنص على " يكفي حجم المكافآت في نهاية الخدمة "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.00) وبدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال السابع بأن درجة رضا الصحفيين العاملين في وكالة الأنباء بترا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن: ما علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين؟

للإجابة عن السؤال الثامن تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين "، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	هل أنت راضي عن أدائك الوظيفي	2.6	57.2	40.1	2.38	0.54
2	هل تشعر بعدالة ما تحصل علية مقابل ما تقدمة من أعمال	34.9	55.9	9.2	1.74	0.61
3	هل تشعر بعدالة توزيع المهام على الموظفين	24.3	66.4	9.2	1.85	0.56
4	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع مؤهلك العلمي	15.8	46.7	37.5	2.22	0.70
5	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع خبراتك العملية	19.1	50.0	30.9	2.12	0.70
المجموع					2.06	0.47

يظهر من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية لمجال " علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين " تراوحت بين (1.74 – 2.38)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على " رضا الصحفيين عن أدائهم الوظيفي " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " وجود الصحفي في مكان مناسب لتأهيله العلمي " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.22)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (5) والتي تنص على " وجود الصحفي في مكان يتناسب مع خبراته العلمية " وبمتوسط حسابي بلغ (2.12)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2) والتي تنص على " الشعور بالعدالة لما يحصل عليه مقابل ما يقدمه من أعمال "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.06) وبدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الثامن بأن هناك علاقة بين الرضا الوظيفي ومستوى الأداء المهني للصحفيين.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع: ما علاقة السياسة التحريرية بالرضا الوظيفي للصحفيين؟

للإجابة عن السؤال التاسع تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	تتأثر الرسالة الإعلامية في الظروف السياسية الداخلية	2.6	56.6	40.8	2.38	0.54
2	تتأثر الرسالة الإعلامية بالإعلانات	31.6	53.3	15.1	1.84	0.67
3	تتأثر سياسة التحرير من الظروف السياسية الخارجية	12.5	58.6	28.9	2.16	0.62
4	تتحكم الظروف الاقتصادية في سياسة التحرير	19.1	62.5	18.4	1.99	0.61

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
5	مالك المؤسسة يؤثر في تحرير الرسالة الإعلامية	25.5	55.9	19.1	1.94	0.66
6	تأخذ الرسالة الإعلامية مسار أخر في حال الظروف السياسية والاقتصادية	9.2	61.8	28.9	2.20	0.59
7	تؤثر العلاقات الشخصية على سياسة التحرير بشكل كبير	35.5	46.1	18.4	1.83	0.72
8	يساهم قانون المطبوعات في تنظيم عملية النشر الصحفي	31.6	52.6	15.8	1.84	0.67
9	قانون المطبوعات يساعد في الحفاظ على القيم والنظم الاجتماعية	30.9	52.6	16.4	1.86	0.68
10	يساهم قانون المطبوعات في الحد من الحريات الصحفية	21.7	55.9	22.4	2.01	0.67
11	له دورا في تعزيز الأخلاقيات الصحفية	21.7	55.3	23.0	2.01	0.67
12	له دور القانون في تنظيم الممارسة الصحفية	21.7	58.6	19.7	1.98	0.65
	المجموع				2.00	0.37

يظهر من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لمجال " السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين " تراوحت بين (1.83 – 2.38)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على " تتأثر الرسالة الإعلامية في الظروف السياسية الداخلية " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (6) والتي تنص على " تأخذ الرسالة الإعلامية مسار أخر في حال الظروف السياسية والاقتصادية " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.20)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (3) والتي تنص على " تتأثر سياسة التحرير من الظروف السياسية الخارجية " وبمتوسط حسابي بلغ (2.16)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) والتي تنص على " تؤثر العلاقات الشخصية على سياسة التحرير بشكل كبير "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.00) وبدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال التاسع بأن هناك علاقة بين السياسة التحريرية والرضا الوظيفي للصحفيين.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال العاشر: ما درجة الرقابة للصحفيين في بترا؟.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرقابة للصحفيين في بترا "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرقابة للصحفيين في بترا "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	إصدار قائمة بالتعليمات أو التوجيهات الحكومية حول بعض المحظورات	34.9	40.1	25.0	1.90	0.77
2	التدخل في أسلوب عرض المادة الصحفية	34.9	43.4	21.7	1.87	0.74
3	التعرض إلى بعض إشكال الضغط المادي أو المعنوي	23.0	61.8	15.1	1.92	0.61
4	فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مطاطة للصالح العام	50.7	40.1	9.2	1.59	0.66
5	وضع قيود على حرية استقصاء الإنباء من مصادرها	48.7	39.5	11.8	1.63	0.69
6	ما درجة رضاك عن استحداث غرفة قضائية متخصصة في قضايا النشر دخل المؤسسة؟	38.2	49.3	12.5	1.74	0.67
7	ما مدى تعرضك للرقابة إثناء أدائهم للعمل الصحفي	44.7	40.1	15.1	1.70	0.72
المجموع					1.77	0.51

يظهر من الجدول (12) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرقابة للصحفيين في بترا " تراوحت بين (1.59 – 1.92)، حيث جاءت الفقرة رقم (3) والتي تنص على " التعرض إلى بعض إشكال الضغط المادي أو المعنوي " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (1) والتي تنص على " إصدار قائمة بالتعليمات أو التوجيهات الحكومية حول بعض المحظورات " بالمرتبة الثانية بمتوسط

حسابي (190)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (2) والتي تنص على " التدخل في أسلوب عرض المادة الصحفية " وبمتوسط حسابي بلغ (1.87)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (4) والتي تنص على " فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مطاطة للصالح العام "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.77) وبدرجة متوسطة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال العاشر بأن درجة الرقابة للصحفيين في بترا متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الحادي عشر: ما درجة المعوقات التي يتعرض لها الصحافيون؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال " المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " المعوقات التي يتعرض لها الصحافيون "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	عدم التفهم لطبيعة العمل الصحفي	24.3	59.9	15.8	1.91	0.63
2	حجب المعلومات	15.1	63.8	21.1	2.06	0.60
3	المنع من النشر	25.0	59.9	15.1	1.90	0.63
4	قيود الحريات الصحفية	19.1	59.2	21.7	2.03	0.64
5	المنع من حضور الاجتماعات والندوات والمؤتمرات	45.4	39.5	15.1	1.70	0.72
6	تجاهل التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية	45.4	45.4	9.2	1.64	0.65
7	تحكم رئيس التحرير	38.8	49.3	11.8	1.73	0.66
8	العلاقات الشخصية	28.9	59.2	11.8	1.83	0.62
9	فرض العقوبات بحق الصحفيين	19.1	65.1	15.8	1.97	0.59
10	عدم إعطاء فرص متكافئة لجميع الصحفيين من قبل المؤسسة	28.3	56.6	15.1	1.87	0.65
	المجموع				1.86	0.49

يظهر من الجدول (13) أن المتوسطات الحسابية لمجال " المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين " تراوحت بين (1.64 – 2.06)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على " حجب المعلومات " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " قيود الحريات الصحفية " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.03)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (9) والتي تنص على " فرض العقوبات بحق الصحفيين " وبمتوسط حسابي بلغ (1.97)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (6) والتي تنص على " تجاهل التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.86) وبدرجة متوسطة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الحاديس عشر بأن درجة المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني عشر: ما درجة الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال " الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية "، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال " الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية "

الرقم	الفقرة	الإجابة/ النسبة المئوية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة		
1	تساهم وسيلتك الإعلامية في تنشيط وتحفيز المجتمع ذهنيا ومعرفيا	8.6	52.6	38.8	2.30	0.62
2	تساهم وسيلتك الإعلامية في الرقي بالذوق الاجتماعي	11.8	59.2	28.9	2.17	0.62
3	تساهم وسيلتك الإعلامية في التفاعل مع المضامين الإعلامية والظواهر الاجتماعية المختلفة	15.1	52.6	32.2	2.17	0.67
4	تساهم وسيلتك في الحفاظ على الموروث والقيم الاجتماعية الخاصة	5.3	62.5	32.2	2.27	0.55
المجموع					2.23	0.57

يظهر من الجدول (14) أن المتوسطات الحسابية لمجال " الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية " تراوحت بين (2.17 – 2.30)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على " تساهم وسيلتك الإعلامية في تنشيط وتحفيز المجتمع ذهنيا ومعرفيا " بالمرتبة الأولى، تليها الفقرة رقم (4) والتي تنص على " تساهم وسيلتك في الحفاظ على الموروث والقيم الاجتماعية الخاصة " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.27)، وجاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة الفقرتان رقم (2 ، 3) واللتان تنصان على " تساهم وسيلتك الإعلامية في الرقي بالذوق الاجتماعي، تساهم وسيلتك الإعلامية في التفاعل مع المضامين الإعلامية والظواهر الاجتماعية المختلفة " وبمتوسط حسابي بلغ (2.17)، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.23) وبدرجة مرتفعة.

وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال الثاني عشر بأن درجة الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية مرتفعة.

ملخص النتائج والتوصيات

ملخص النتائج:

1. بالنسبة لمجال " رضا الصحافيون العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها " فقد كانت فقرات المجال بدرجة متوسطة ومرتفعة، حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " احصل عل المعلومات من مصادرها الرئيسية " وأدناها للفقرة " أواجه مشاكل عدة في المنع من النشر بسبب العلاقات الشخصية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.97) وبدرجة متوسطة.

2. بالنسبة لمجال " الرضا عن الوظيفة للصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرتين " اشعر أن هذا العمل يتناسب مع مؤهلي أكثر من غيره، لا أجد صعوبة مع نفسي للذهاب إلى العمل " وأدناها للفقرة " اشعر بالرضا عن شروط وظيفتي الصحفية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.38) وبدرجة مرتفعة.

3. بالنسبة لمجال " الرضا عن الأجر للصحفيين" فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " ارغب بحصولي على عمل إضافي " وأدناها للفقرة " احصل في عملي على حوافز إضافية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.60) وبدرجة متوسطة.

4. بالنسبة لمجال " الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرتين " يعترف الرؤساء ويقدرون ما أقوم به من عمل، تراعي إدارة المؤسسة النواحي الإنسانية في العمل " وأدناها للفقرة " تتفهم الإدارة الظروف الفردية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.15) وبدرجة مرتفعة.

5. بالنسبة لمجال " الرضا عن ظروف بيئة العمل " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " اشعر أن ساعات ومواعيد العمل مناسبة " وأدناها للفقرة " توفر المؤسسة وسائل مواصلات النقل للموظفين إلى مكان عملهم "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.78) وبدرجة متوسطة.

6. بالنسبة لمجال " الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " يوجد تعاون بين الزملاء لانجاز العمل "، وأدناها للفقرة " اشعر بالمحبة والسعادة بين زملائي "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.09) وبدرجة مرتفعة.

7. بالنسبة لمجال " الرضا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " اشعر بالاطمئنان لاستمراري بالعمل "، وأدناها للفقرة " يكفي حجم المكافآت في نهاية الخدمة "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.00) وبدرجة مرتفعة.

8. بالنسبة لمجال " علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " رضا الصحفيين عن أدائهم الوظيفي"، وأدناها للفقرة " الشعور بالعدالة لما يحصل عليه مقابل ما يقدمه من أعمال "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.06) وبدرجة مرتفعة.

9. بالنسبة لمجال " السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " تتأثر الرسالة الإعلامية في الظروف

السياسية الداخلية "، وأدناها للفقرة " تؤثر العلاقات الشخصية على سياسة التحرير بشكل كبير"، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.00) وبدرجة مرتفعة.

10. بالنسبة لمجال " الرقابة للصحفيين في بترا " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " التعرض إلى بعض إشكال الضغط المادي أو المعنوي "، وأدناها للفقرة " فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مطاطة للصالح العام "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.77) وبدرجة متوسطة.

11. بالنسبة لمجال " المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة ومتوسطة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " حجب المعلومات "، وأدناها للفقرة " تجاهل التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (1.86) وبدرجة متوسطة.

12. بالنسبة لمجال " الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية " فقد كانت الفقرات بدرجة مرتفعة حيث بلغ أعلى متوسط للفقرة " تساهم وسيلتك الإعلامية في تنشيط وتحفيز المجتمع ذهنيا ومعرفيا "، وأدناها للفقرتان " تساهم وسيلتك الإعلامية في الرقي بالذوق الاجتماعي، تساهم وسيلتك الإعلامية في التفاعل مع المضامين الإعلامية والظواهر الاجتماعية المختلفة "، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (2.23) وبدرجة مرتفعة.

التوصيات

في ضوء النتائج التي تم التوصل اليها توصي الدراسة بما يلي:

- العمل على دراسة المشكلات التي يعاني منها الصحافيون من قبل المؤسسات الصحفية عامة ومحاولة ايجاد الحلول المناسبة لها.
- ضرورة العمل على تحسين ظروف العمل للصحافيين وشروط الوظيفة مثل بيئة العمل وتقديم الحوافز وتحسين الأجور، للحصول على درجة رضا أكبر عن مجالات العمل.
- العمل على تخفيف المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين وخاصة فيما يتعلق بالحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، لضمان الحصول على المعلومات بطريقة متكافئة مع جميع الصحفيين.
- العمل من قبل المؤسسات الصحفية على توفير وسائل النقل والمواصلات المناسبة من والى مكان العمل للتخفيف من العبء الذي يواجهونه في هذا المجال.
- اشراك الصحفيين في ورشات عمل مشتركة لتعزيز التعارف ومد جسور الثقة والتعاون بينهم، وتحقيق العدالة بين الصحفيين لزيادة الشعور بالانتماء للوظيفة، تفعيل قانون المطبوعات والنشر في تنظيم عملية النشر الصحفي.
- تحسين ظروف الصحفيين من خلال المكافآت نهاية الخدمة وتحقيق درجة مقبولة من الأمن الوظيفي بالتعويض في حال حدوث عجز أو مرض مزمن.
- العمل على اعلان نتائج التقييم للصحفيين شهرياً وفصلياً وسنوياً لزيادة عدالة وموضوعية التقييم.

- تعزيز والاستمرار في رفع درجة رضا الصحفيين العاملين في بترا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي لا سيما وأن درجات الرضا كانت مرتفعة في المقاييس.

- ضرورة اعطاء فرص متكافئة لجميع الصحفيين خصوصا في عبور الاجتماعات والندوات والمؤتمرات.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية:

1. إبراهيم الغمري، **السلوك الإنساني**، الإسكندرية، 1978،ط1.
2. إبراهيم عبد الله المسلمي. (2006). **الاعلام الاقليمي (دراسة نظرية ميدانية)**، الأردن، عمان: دار العربي للنشر والتوزيع.
3. أبو أصبع، صالح خليل، **إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي**، دار آرام للدراسات، عمان،.1997
4. أبو إصبع، صالح. **إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي. دار مجدلاوي** للنشر والتوزيع، عمان: الأردن. 2011.
5. أبو النصر، مدحت محمد (2008): **الأداء الإداري المميز**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
6. أبو حشيش، خليل عواد حسن (2000): **إطار مقترح لقياس وتقويم الأداء في المستشفيات الحكومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الفلسفة في المحاسبة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس،القاهرة.
7. أبو شيخة، نادر أحمد(2010): **إدارة الموارد البشرية**، دار الصفاء للنشر والتوزيع الطبعة الأول، عمان، الأردن.
8. أبو عرجة، تيسير أحمد . **قضايا ودراسات إعلامية**. دار جرير للنشر والتوزيع،عمان،2006.
9. برنوطي، سعاد رائف(2004): **إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد)**، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.

10. جرادات، عزت ومؤتمن، منى. **التجارب العالمية المتميزة في الإدارة التربوية**، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2000.

11. الجساسي، عبد الله حمد محمد (2010): **أثر الحوافز المادية والمعنوية في تحسين أداء العاملين في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان**، الأكاديمية البريطانية للتعليم العالي.

12. الجضعي ، خالد سعد ، **الإدارة : النظريات والوظائف** ، الطبعة الأولى، عمان، 2006.

13. جودة ، رضوان جبار . **القيادة التحويلية واثرها على الرضا الوظيفي من وجهة نظر المرؤوسين في وزارة الموارد المالية العراقية** ،جامعة اليرموك 2010 .

14. حريم، حسين.(2013): **إدارة الموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.

15. حسونة، فيصل. **إدارة الموارد البشرية** ،عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع. 2007.

16. حسين، سمير ، **بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، .1995

17. السواط ، طلق عوض الله وآخرون ، **الإدارة العامة : المفاهيم والوظائف والأنشطة** ، دار النوابغ للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 1995.

18. شاويش ,نجيب ,**ادارة الموارد البشرية** ,ط ,1عمان ,دار الشروق. 2005 ,

19. صالح خليل أبو أصبع، **إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي** ، دار آرام النشر والتوزيع، عمان، 1997، ط2.

20. صالح، عادل حرحوش، والسالم، مؤيد سعيد (2006): **إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي**، دار جدارا للكتاب العالمي، عمان، الأردن.

21. طعامنة، محمد (1994): اتجاهات موظفي الحكومة نحو تقييم الأداء في نظام الخدمة المدنية في الأردن، **مجلة أبحاث اليرموك**، المجلد 10، العدد 3،اربد–جامعة اليرموك.

22. عاصم الأعرجي، **أساسيات في التخطيط و التطوير الإداري**، بغداد، 1977، ط1.

23. عباس، سهيلة محمد. **إدارة الموارد البشرية**، عمان: دار وائل، 2003.

24. عبد الباقي، صلاح الدين. **السلوك الإنساني في المنظمات**، الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية 2000.

25. عبد العزيز المقوشي. العلاقة بين الرضا الوظيفي والاداء المهني للصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية. **مجلة جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية**، العدد 37 الرياض، 2002.

26. عزت، محمد فريد محمود. **إدارة المؤسسات الإعلامية**. الدار العامة للنشر والتوزيع، مصر: القاهرة. 2010.

27. عليان، ربحي. **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، ط2، عمان، دار الصفاء 2008.

28. العميان، محمود. **السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال**، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2004.

29. عويضه، إيهاب. **أثر الرضا الوظيفي على الولاء التنظيمي لدى العاملين في المنظمات الأهلية في غزة**، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2008.

30. القريوتي، قاسم، **مبادئ الإدارة :النظريات والعمليات والوظائف**.عمان: 2003.

31. ماهر، احمد، **السلوك التنظيمي :مدخل بناء المهارات**، الاسكندرية :الدار الجامعية،2002 .

32. مجدلاوي، فاروق. **الإدارة الإسلامية في عهد عمر بن الخطاب**، ط2، عمان، 1998.

33. محمد جبريل، كيف تصدر جريدة من الصفر، **مجلة الدراسات الأعلامية**، العدد 454 في 1988، القاهرة.

34.محمد صالح إسماعيل، **نظم الإدارة الحديثة وحفز العاملين**، المنظمة العربية اللعوم الإدارية،1994.

35.محي الدين الأزهري، **الادارة من وجهة نظر المنظمة، القاهرة**، دار الفكر العربي، 1979,80.

36.المساعدة ،عبد الحميد، **الرضا الوظيفي لدى الموظفين الإداريين في جامعة اليرموك**، 1998.

37.النمر ، سعود وآخرون ، **الإدارة العامة . الأسس والوظائف**، الطبعة الخامسة، الرياض، 2001 p://www.islamstory.com/Article.aspx?ArticleID=14.19

38.نواف كنعان، **القيادة الأدارية**، دار العلوم 1980، ط1.

39.الهيتي، خالد عبد الرحيم مطر(2003): **إدارة الموارد البشرية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان.

40. والف ستود جيل، **القيادة العضوية والتنظيم**، القاهرة: دار مطابع الشعب، 1965

41.الوليد، بشار يزيد.(2009). **الإدارة الحديثة للموارد البشرية**، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان.

42.سلطان، محمد صاحب، **إدارة المؤسسات الإعلامية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.ألاردن:عمان.2011.

ثانياً : المراجع الاجنبية:

1. J. M Chan, et.al.(2004). Professional aspirations and Job Satisfaction: Chinese Journalism at a time of Change in the Media, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, vol.81,no.2,pp.254.

2. K. Kodrich & C. Ruiz (2007).**Chiles Regional Journalists in the 21 Century: Attiudes Behaviors, and Jop Satisfaction of New Media professionalism Southern Chile**, Annual Meeting of the International Communication Association, San Francisco:U.S.A.
3. L.A.Bergan &,D. Weaver (1988),Job Satisfaction of daily newspaper **Journalists and Organization Newspaper Research Journal**, vol.9, no.2,pp.1-13.
4. .B. Solomon (1992). Predictors of Jop Satisfaction among Black **Journalism Quarterly**, vol.69,no.3,pp.703-712.
5. 2ME,Sermpene et Al, Job Satisfaction in Relation to Organizational Cultur,**Journal of Industrial psychology**,28(2),2002,p23. 3Ibid,p23.
6. C.S Cyr (2008). Study of City Editors Raises Concern for Jop Satisfaction, **Newpaper Research Jorunal**,vol.29,no.1,pp.22-35.
7. Frederick Taylor, **Shop Management** (1903). New york: Harper and Bros.
8. K. Stamn & A.w Dokh (1993). The Relationship of Jop Satisfaction to Newsroom policy Changes, **Journalism Quarterly**,vol.70,no.3,pp.258-541.
9. Lictbert Hicks and C.Gulett: **Organization: Theory and Behavior**, New York , 1975.
10. Linda Maund (2001). **An introduction to resource management theory and practice**, (new york: palgrave) , p. 4524.
11. M.Defeur (1992).Foundations of the Job Satisfaction in the Media Industries, **Journal of Education**, vol.147.pp.3-20
12. Piriyathanalai, W. & Muenjohn,N. (2012), “Is There alik ? Employee Satisfaction and Service quality “**World journal of Management**, Vol. 4.pp 82A92 .

13.-R.A.Beam (2006).Organizational Goals and Priorities and the Jop Satisfaction of U.S. Journalists, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, vol.83,no1,pp.169-185.
14.Redman, Tom & Wilkinson, Adrian (2008): **Contemporary Human Resource Management: Text and Cases**, 3rd Edition, Pearson.
15.Sliver man، D.(**The theory of organization sociological fromame work**), Londoon _Hrin man, 1970,p 177.
16.Torrington, Derek, Laura, Hall& Steven Taylor, (2008): **Fundamentals of Human Resource Management Managing People at work**, Pearson, USA.
17.Wang, G. (2012), "The Influence Of internal service quality On Employee Job satisfaction At Taiwan Listed International Tourist Hotels : Using Organisational Culture As The Moderator", **World Transactions, On Engineering And Technology Education**, Vol.10, No 3, pp 174A 183 .

ثالثاً: الرسائل العلمية :

1. بطرس الحلاق. **العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية: دراسة تحليلية مقارنة**، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة1999 .
2. الحسيني الديب، **الإدارة ونجاح المؤسسة الصحفية**، رسالة دكتوراة، عرض عاطف صقر، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد (46) 1987، القاهرة:ص 12.
3. سالم، هبة سلامة. **الرضا الوظيفي لدى موظفي الإدارات المختلفة وفق نموذج بورتو ولولو: حالة دراسة على البنوك العاملة في قطاع غزة**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين 2008.

4. السلمي، علي. **المهارات الإدارية والقيادية للمدير المتفوق**، جمهورية مصر العربية، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع 1999.

5. سمير، مارجريت، **العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمات بالاتصال في الصحافة المصرية**، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2005.

6. الشهري، علي. **الرضا الوظيفي وعلاقته بالإنتاجية – دراسة تطبيقية لموظفي الجمارك منطقة الرياض**، رسالة ماجستير، الرياض، المملكة العربية السعودية.

7. عبد الرحمن المطيري. **الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية .** رسالة ماجستير غير منشورة ، الرياض، قسم الاعلام كلية الاداب جامعة الملك سعود 2002.

8. عبد المالك، مكفس. **نمط القيادة في الإدارة المدرسية وعلاقته بالرضا الوظيفي لاساتذة التعليم الثانوي**، رسالة ماجستير،قسم علم النفس، جامعة الحاج،الجزائر، 2008.

9. مارجريت سمير. **العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمات بالاتصال في الصحافة المصرية** رسالة ماجستير غير منشورة القاهرة قسم الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة2005.

رابعاً : الابحاث والمنشورات:

1. حميد جاعد محسن، **التنمية والتخطيط الأعلامي في العراق**، منشورات وزارة الثقافة الفنون، سلسلة دراسات برقم(179) دار الرشيد للنشر، بغداد، 1979.

2. خميس أسماعيل السيد أسماعيل، **القيادة الإدارية**، القاهرة، عالم الكتب، 1971، ط1.

3. رضوان ملوي، **الدرورة التخصصية في إدارة الصحف**، بيروت، لبنان، 1980، إصدار اتحاد الصحفيين العرب، المعهد القومي للتدريب.

4. أ.تسو كاسوف، **إدارة الصحيفة**، ترجمة أيمان ا: مد السلسلة المهنية، بغداد.

5. عبد، سلام أحمد. الرضا الوظيفي لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقته بالأداء المهني: دراسة ميدانية، **المجلة المصرية، لبحوث الرأي العام**، المجلد العاشر، العدد الثالث، (القاهرة: مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير 2011.

6. الكساسبة، **عماد الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض**، مقبول للنشر في المجلة العلمية جامعة الملك فيصل.

7. محمد صاحب سلطان، **الخبر المحلي في جريدة الجمهورية، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات إعلامية**، مركز التدريب الإعلامي، بغداد تموز 1992.

8. المقوشي، عبد العزيز، العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية، **مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود**، العدد 37 ،الرياض ،جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،. 2002

خامساً : الوثائق والمنشورات:

1. الإدارة الصحفية، **منشورات اتحاد الصحفيين**، السلسة المهنية، سلسلة محاضرات الدورة التدريبية،ص1.

2. الصحافة وحقوق الإنسان، **نقابة الصحفيين المغاربة**، الرباط:1998، ص 12.

3. منتدى الفكر العربي، **تعليم الأمة العربية في القرن الحادي والعشرين "الكارثة أو الأمل"**. عمان، الأردن، 1991.

4. وزارة الثقافة والأعلان، دائرة التخطيط والمتابعة، **الهيكل التنظيمي لمؤسسة صحفية**،بغداد العدد 32، 1983،ص99.

الملاحق

الملحق (1)

الاستبانة بصورتها الأولية

عزيزي المبحوث ، عزيزتي المبحوثة :-

تهدف هذه الدراسة للتعرف على "_**الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعـاملين فيهـا**_" وكالة الأنباء الأردنية بترا أنموذجاً ، أرجو منكم الإجابة عن أسئلة الاستبيان، علماً بأن المعلومات الواردة فيها لن تستخدم إلّا لغايات البحث العلمي .

شاكـر لكم حسن التعـاون .

الباحث

محمد بديع الضامن

0776470541

أولاً: المتغيرات الديمغرافية

-النوع الاجتماعي (الجنس): ☐ذكر ☐أنثى

-المؤهل العلمي: ☐ثانوي عامة فأقل ☐دبلوم متوسط ☐بكالوريوس ☐ دراسات عليا

-عدد سنوات الخبرة: ☐ 5سنوات فأقل ☐6 – 10 سنوات ☐ 11 سنة فأكثر

-مستوى الدخل الشهري: ☐ أقل من 300 دينار☐ 301 – أقل من 600

☐ 600–أقل من 900 ☐ 900 فأكثر

-المزايا التي تحصل عليها في عملك.

سكن بدل سكن ☐

وسيلة نقل بدل نقل ☐

بدل خارج دوام ☐

لا أحصل على مزايا ☐

مزايا أخرى أذكرها. ☐

- هل شاركت بدورات أو مؤتمرات داخلية وخارجية في مجال وظيفتك الحالية ؟

☐ نعم ☐ لا

ثانياً: الأستبانـة

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
أولاً : رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها				
1.	احصل على المعلومات بسهولة دون إي تعقيد			
2.	مصادر المعلومات متوفرة لدي			
3.	فرصة حصولي على المعلومات متكافئة مع زملائي الصحفيين			
4.	أواجه مشاكل عدة في المنع من النشر بسبب العلاقات الشخصية			
5.	احصل عل المعلومات من مصادرها الرئيسية			
ثانياً: الرضا عن الوظيفة للصحفيين				
1.	اشعر بالرضا عن شروط وظيفتي الصحفية			
2.	اشعر أن هذا العمل يتناسب مع مؤهلي أكثر من غيره			
3.	لا أجد صعوبة مع نفسي للذهاب إلى العمل			
4.	لا اضغط على نفسي للذهاب إلى العمل			
5.	اشعر أنني أكثر سعادة بين الزملاء			
6.	اشعر أن عملي ينتهي بشكل سريع			
ثالثاً : الرضا عن الأجر للصحفيين				
1.	لا احتاج إلى العمل خارج عملي			
2.	احصل في عملي على حوافز إضافية			
3.	يكفي دخلي لإشباع احتياجاتي			
4.	اشعر أن راتبي الشهري جيد بالمقارنة برواتب أصدقائي			
5.	يتناسب راتبي والدرجة العلمية التي احملها			
6.	راتبي يدفعني للعمل بشكل جيد			
7.	يساعدني راتبي على مواجهة المشكلات الحياتية			
8.	ارغب بحصولي على عمل إضافي			
رابعاً: الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين				
1.	التعليمات التي تصدر من الإدارة واضحة			
2.	تحرص الإدارة على سماع مقترحاتي			
3.	يفوضني رئيسي في اتخاذ قرارات متعلقة بالعمل			
4.	يعترف الرؤساء ويقدرون ما أقوم به من عمل			
5.	تراعي إدارة المؤسسة النواحي الإنسانية في العمل			
6.	أتعرض لنقد رؤسائي من العمل عند حدوث أخطاء بسيطة			
7.	يحدد رئيسي معايير الأداء في العمل			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
.8	تتفهم الإدارة الظروف الفردية			
.9	توجد علاقة اجتماعية بين الموظفين من رؤساء وإداريين وغيرهم داخل المؤسسة			
.10	تستطيع إدارة المؤسسة حل المشكلات التي تواجههم			
.11	توفر المؤسسة خطط لتفادي مشكلات العمل			
.12	نواجه مشاكل في حل بعض الأمور داخل العمل			
خامساً: الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين				
.1	توفر المؤسسة وسائل مواصلات النقل للموظفين إلى مكان عملهم			
.2	توفر المؤسسة كل عناصر الأمان والحماية من الأخطاء المهنية			
.3	توفر المؤسسة أوقات للراحة أثناء العمل			
.4	اشعر أن مكان عملي نظيف			
.5	اشعر أن ساعات ومواعيد العمل مناسبة			
سادساً: الرضا عن الزملاء في العمل للصحفيين				
.1	يوجد تعاون بين الزملاء لانجاز العمل			
.2	يساعد الزملاء بعضهم في العمل			
.3	يتبادل الزملاء مصادر المعلومات والمعرفة			
.4	توجد مشاركة مع الزملاء في ندوات وورش عمل وأنشطة أخرى			
.5	يتوفر الانسجام بين الموظفين			
.6	يوجد تنسيق بين مختلف الأقسام			
.7	اشعر بالمحبة والسعادة بين زملائي			
.8	أتبادل الزيارات الاجتماعية مع زملائي خارج العمل			
سابعاً: الرضا عن الاستقرار(الأمان) الوظيفي للصحفيين				
.1	اشعر بالاطمئنان لاستمراري بالعمل			
.2	يكفي حجم المكافآت في نهاية الخدمة			
.3	يوجد صندوق ضمان اجتماعي			
.4	يوجد نظام تأمين صحي			
.5	يتوفر راتب تقاعد مناسب			
.6	تتوفر درجة الأمان الوظيفي في حال حدوث مرض أو عجز صحي			
ثامناً: علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين				
.1	هل أنت راضٍ عن أدائك الوظيفي			
.2	هل تشعر بعدالة ما تحصل علية مقابل ما تقدمة من أعمال			
.3	هل تشعر بعدالة توزيع المهام على الموظفين			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
4.	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع مؤهلك العلمي			
5.	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع خبراتك العملية			
تاسعاً: السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين				
1.	تتأثر الرسالة الإعلامية في الظروف السياسية الداخلية			
2.	تتأثر الرسالة الإعلامية بالإعلانات			
3.	تتأثر سياسة التحرير من الظروف السياسية الخارجية			
4.	تتحكم الظروف الاقتصادية في سياسة التحرير			
5.	مالك المؤسسة يؤثر في تحرير الرسالة الإعلامية			
6.	تأخذ الرسالة الإعلامية مسار أخر في حال الظروف السياسية والاقتصادية			
7.	تؤثر العلاقات الشخصية على سياسة التحرير بشكل كبير			
8.	يساهم قانون المطبوعات في تنظيم عملية النشر الصحفي			
9.	قانون المطبوعات يساعد في الحفاظ على القيم والنظم الاجتماعية			
10.	يساهم قانون المطبوعات في الحد من الحريات الصحفية			
11.	له دورا في تعزيز الأخلاقيات الصحفية			
12.	له دور القانون في تنظيم الممارسة الصحفية			
عاشراً : الرقابة للصحفيين في بترا				
1.	إصدار قائمة بالتعليمات أو التوجيهات الحكومية حول بعض المحظورات			
2.	التدخل في أسلوب عرض المادة الصحفية			
3.	التعرض إلى بعض إشكال الضغط المادي أو المعنوي			
4.	فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مطاطة للصالح العام			
5.	وضع قيود على حرية استقصاء الإنباء من مصادرها			
6.	ما درجة رضاك عن استحداث غرفة قضائية متخصصة في قضايا النشر دخل المؤسسة؟			
7.	ما مدى تعرضك للرقابة إثناء أدائهم للعمل الصحفي			
الحادي عشر: المعوقات التي يتعرض لها الصحفيين				
1.	عدم التفهم لطبيعة العمل الصحفي			
2.	حجب المعلومات			
3.	المنع من النشر			
4.	قيود الحريات الصحفية			
5.	المنع من حضور الاجتماعات والندوات والمؤتمرات			
6.	تجاهل التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية			
7.	تحكم رئيس التحرير			

بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	الفقرة	الرقم
			العلاقات الشخصية والشللية	.8
			فرض العقوبات بحق الصحفيين	.9
			عدم إعطاء فرص متكافئة لجميع الصحفيين من قبل المؤسسة	.10
الثاني عشر: الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية				
			تساهم وسيلتك الإعلامية في تنشيط وتحفيز المجتمع ذهنيا ومعرفيا	.1
			تساهم وسيلتك الإعلامية في الرقي بالذوق الاجتماعي	.2
			تساهم وسيلتك الإعلامية في التفاعل مع المضامين الإعلامية والظواهر الاجتماعية المختلفة	.3
			تساهم وسيلتك في الحفاظ على الموروث والقيم الاجتماعية الخاصة	.4

الملحق (2)

قائمة المحكمين

الرقم	الاسم	الرتبة والتفويض
1		
2		
3		
4		

الملحق (3)

الاستبانة بصورتها النهائية

عزيزي المبحوث ، عزيزتي المبحوثة :-

تهدف هذه الدراسة للتعرف على "الرضا الوظيفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودوره في الأداء المهني للعاملين فيها" وكالة الأنباء الأردنية بترا أنموذجاً ، أرجو منكم الإجابة عن أسئلة الاستبيان، علماً بأن المعلومات الواردة فيها لن تستخدم إلّا لغايات البحث العلمي.

شاكـراً لكم حسن التعـاون .

الباحث

محمد بديع الضامن

0776470541

أولاً: المتغيرات الديمغرافية

-النوع الاجتماعي (الجنس): ☐ ذكر ☐ أنثى

-المؤهل العلمي: ☐ ثانوية عامة فأقل ☐ دبلوم متوسط ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا

-عدد سنوات الخبرة: ☐ 5سنوات فأقل ☐ 6 – 10 سنوات ☐ 11 سنة فأكثر

-مستوى الدخل الشهري: ☐ أقل من 300 دينار ☐ 301 – أقل من 600 ☐ 600 – أقل من 900 ☐ 900 فأكثر

-المزايا التي تحصل عليها في عملك.

☐ سكن أو بدل سكن ☐ وسيلة نقل أو بدل نقل

☐ بدل خارج دوام ☐ لا أحصل على مزايا

☐ مزايا أخرى أذكرها.

– هل شاركت بدورات داخلية أو خارجية في مجال وظيفتك الحالية ؟

☐ نعم ☐ لا

– هل شاركت في مؤتمرات داخلية أو خارجية في مجال وظيفتك الحالية ؟

☐ نعم ☐ لا

ثانياً: الإستبانة

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
أولاً : رضا الصحفيين العاملين في بترا في الحصول على المعلومات من مصادرها				
.6	احصل على المعلومات بسهولة دون أي تعقيد			
.7	مصادر المعلومات متوفرة لدي			
.8	فرصة حصولي على المعلومات متكافئة مع زملائي الصحفيين			
.9	أواجه مشاكل عدة في المنع من النشر بسبب العلاقات الشخصية			
.10	احصل على المعلومات من مصادرها الأولية			
.11	أحصل على المعلومات من مصادرها الثانوية			
ثانياً: الرضا عن الوظيفة للصحفيين				
.7	اشعر بالرضا عن شروط عملي الصحفي			
.8	اشعر أن هذا العمل يتناسب مع مؤهلي أكثر من غيره			
.9	لا أجد صعوبة مع نفسي للذهاب إلى العمل			
.10	لا اواجه ضغوطات في الذهاب الى العمل			
.11	اشعر أنني أكثر سعادة من بين الزملاء			
.12	اقوم بعملي بشكل سهل			
ثالثاً : الرضا عن الأجر للصحفيين				
.9	لا احتاج إلى عمل اخر			
.10	احصل في عملي على حوافز إضافية			
.11	يكفي دخلي الشهري لتغطية احتياجاتي			
.12	اشعر أن راتبي الشهري جيد بالمقارنة برواتب أصدقائي			
.13	يتناسب راتبي والدرجة العلمية التي احملها			
.14	راتبي يدفعني للعمل بشكل جيد			
.15	يساعدني راتبي على مواجهة المشكلات الحياتية			
.16	ارغب بحصولي على عمل إضافي			
رابعاً: الرضا عن أسلوب الإدارة والإشراف والتخطيط للصحفيين				
.13	التعليمات التي تصدر عن الإدارة واضحة			
.14	تحرص الإدارة على سماع مقترحاتي			
.15	يفوضني رئيسي في اتخاذ قرارات متعلقة بالعمل			
.16	يعترف الرؤساء بما أقوم به من عمل			
.17	يقدر الرؤساء بما اقوم به من عمل			
.18	يقوم رؤسائي بتحفيزي في عملي			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
19.	تراعي إدارة المؤسسة النواحي الإنسانية في العمل			
20.	أتعرض لنقد رؤسائي من العمل عند حدوث أخطاء بسيطة			
21.	يحدد رئيسي معايير الأداء في العمل			
22.	تتفهم الإدارة الظروف الفردية			
23.	توجد علاقة اجتماعية بين الموظفين من رؤساء وإداريين وغيرهم داخل المؤسسة			
24.	تستطيع إدارة المؤسسة حل المشكلات التي تواجههم			
25.	توفر المؤسسة خططاً لتفادي مشكلات العمل			
26.	نواجه مشاكل في حل بعض الأمور داخل العمل			
خامساً: الرضا عن ظروف بيئة العمل للصحفيين				
6.	تؤمن المؤسسة وسائل نقل للموظفين إلى مكان عملهم			
7.	توفر المؤسسة كل عناصر الأمان والحماية من الأخطاء المهنية			
8.	توفر المؤسسة أوقاتاً للراحة أثناء العمل			
9.	اشعر أن مكان عملي نظيف			
10.	اشعر أن ساعات العمل مناسبة			
سادساً: الرضا عن الزملاء في العمل الصحفي				
9.	يوجد تعاون بين الزملاء لانجاز العمل بروح الفريق			
10.	يساعد الزملاء بعضهم البعض في العمل بروح الفريق			
11.	يتبادل الزملاء مصادر المعلومات والمعرفة بروح الفريق			
12.	توجد مشاركة مع الزملاء في ندوات عمل بروح الفريق			
13.	توجد مشاركة مع الزملاء في ورش عمل بروح الفريق			
14.	يتوفر الانسجام بين الموظفين بروح الفريق			
15.	يوجد تنسيق بين مختلف الأقسام بروح الفريق			
16.	اشعر بالمحبة والسعادة بين زملائي			
17.	أتبادل الزيارات الاجتماعية مع زملائي خارج العمل			
سابعاً: الرضا عن الاستقرار (الأمان) الوظيفي للصحفيين				
7.	اشعر بالأمن الوظيفي في عملي			
8.	يكفي حجم المكافآت في نهاية الخدمة			
9.	يوجد صندوق ضمان اجتماعي			
10.	يوجد نظام تأمين صحي			
11.	يتوفر راتب تقاعد مناسب			
12.	تتوفر درجة الأمان الوظيفي في حال حدوث مرض أو عجز صحي			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
ثامناً: علاقة الرضا الوظيفي بمستوى الأداء المهني للصحفيين				
.6	هل أنت راضياً عن أدائك الوظيفي			
.7	هل تشعر بعدالة ما تحصل علية مقابل ما تقدمة من أعمال			
.8	هل تشعر بعدالة توزيع المهام على الموظفين			
.9	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع مؤهلك العلمي			
.10	هل تشعر بأنك في المكان المناسب الذي يتناسب مع خبراتك العملية			
تاسعاً: السياسة التحريرية وعلاقتها بالرضا الوظيفي للصحفيين				
.13	تتأثر الرسالة الاتصالية بالظروف السياسية الداخلية			
.14	تتأثر الرسالة الاتصالية بالإعلانات			
.15	تتأثر سياسة التحرير من الظروف السياسية الخارجية			
.16	تتحكم الظروف الاقتصادية في سياسة التحرير			
.17	رئيس المؤسسة يؤثر في تحرير الرسالة الاتصالية			
.18	تأخذ الرسالة الاتصالية مساراً أخر في حال الظروف السياسية والاقتصادية			
.19	تؤثر العلاقات الشخصية على سياسة التحرير بشكل كبير			
.20	يساهم قانون المطبوعات في تنظيم عملية النشر الصحفي			
.21	قانون المطبوعات يساعد في الحفاظ على القيم والنظم الاجتماعية			
.22	يساهم قانون المطبوعات في الحد من الحريات الصحفية			
.23	قانون المطبوعات له دور في تعزيز الاخلاقيات الصحفية			
.24	قانون المطبوعات له دور في تنظيم الممارسة الصحفية			
عاشراً : الرقابة للصحفيين في بترا				
.8	إصدار قائمة بالتعليمات الحكومية حول بعض المحظورات			
.9	اصدار قائمة بالتوجيهات الحكومية حول بعض المحظورات			
.10	التدخل في أسلوب عرض المادة الصحفية			
.11	التعرض إلى بعض أشكال الضغط المادي			
.12	التعرض الى بعض أشكال الضغط المعنوي			
.13	فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مطاطة للصالح العام			
.14	وضع قيود على حرية استقصاء الإنباء من مصادرها الاولية			
.15	رضاك عن استحداث غرفة قضائية متخصصة في قضايا النشر داخل المؤسسة؟			
.16	مدى تعرضك للرقابة أثناء أدائك للعمل الصحفي			
الحادي عشر: المعوقات التي يتعرض لها الصحفيون				
.11	عدم التفهم لطبيعة العمل الصحفي			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
12.	حجب المعلومات			
13.	المنع من النشر			
14.	قيود الحريات الصحفية			
15.	المنع من حضور الاجتماعات			
16.	المنع من حضور الندوات			
17.	المنع من حضور المؤتمرات			
18.	تجاهل التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية			
19.	تحكم رئيس التحرير			
20.	العلاقات الشخصية			
21.	العلاقات الشللية			
22.	فرض العقوبات بحق الصحفيين			
23.	عدم إعطاء فرص متكافئة لجميع الصحفيين من قبل المؤسسة			
الثاني عشر: الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في بترا عن التنمية الاجتماعية				
5.	تسهم وسيلتك الاتصالية في تنشيط وتحفيز المجتمع ذهنيا ومعرفيا			
6.	تسهم وسيلتك الاتصالية في الرقي بالذوق الاجتماعي			
7.	تسهم وسيلتك الاتصالية في التفاعل مع المضامين الإعلامية والظواهر الاجتماعية المختلفة			
8.	تسهم وسيلتك في الحفاظ على الموروث القيمي الاجتماعي الخاص			